

**AFLA – Arbeitskräftemobilität
und Fachkräftebedarf nach der
Liberalisierung des österreichischen
Arbeitsmarktes**

**Internationalisierung und Expansions-
pläne – Verhalten von Unternehmen
aus Ländern der CENTROPE-Region
vor dem Hintergrund des Auslaufens
der Übergangsfristen**

Dieter Pennerstorfer

Wissenschaftliche Assistenz: Andrea Grabmayer,
Andrea Hartmann

AFLA – Arbeitskräftemobilität und Fachkräftebedarf nach der Liberalisierung des österreichischen Arbeitsmarktes

Internationalisierung und Expansionspläne – Verhalten von Unternehmen aus Ländern der CENTROPE-Region vor dem Hintergrund des Auslaufens der Übergangsfristen

Dieter Pennerstorfer

April 2011

Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Im Auftrag des Bundesministeriums für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz

Projektleitung: Klaus Nowotny

Begutachtung: Yvonne Wolfmayr • Wissenschaftliche Assistenz: Andrea Grabmayer, Andrea Hartmann

Inhalt

Vor dem Hintergrund des Auslaufens der Übergangsfristen im April 2011 untersucht die vorliegende Studie das Internationalisierungsverhalten und die Expansionspläne von Unternehmen in den Ländern der Centrope-Region (Österreich, Tschechien, Slowakei und Ungarn). Eine umfangreiche Datenbasis (8.300 befragte Unternehmen) erlaubt, Bestimmungsgründe von (bereits erfolgten sowie geplanten) Auslandsaktivitäten zu identifizieren und zwischen dem "alten" EU-Mitgliedsland Österreich und den "neuen" Mitgliedsländern zu unterscheiden. Die wichtigsten Determinanten für Auslandsaktivitäten sind demnach die Unternehmensgröße, die Internationalität der Eigentümer und die Einbindung in eine Konzernstruktur (im Gegensatz zu Einzelunternehmen) sowie die Nähe zum Zielmarkt. Österreich ist für die untersuchten Länder (nach Deutschland) der zweitwichtigste Auslandsmarkt und wird am häufigsten als Zielland für Expansionspläne genannt. Obwohl unklar bleibt, in welchem Ausmaß expansionsbereite Unternehmen ihre Pläne umsetzen, wird in den nächsten Jahren die Zahl der Konkurrenzunternehmen aus Tschechien, der Slowakei und Ungarn zunehmen. Ein zusätzlicher Effekt durch das Auslaufen der Übergangsregelungen kann zwar erwartet werden, allerdings in sehr geringem Umfang.

Rückfragen: Dieter.Pennerstorfer@wifo.ac.at, grabm@wifo.ac.at, harti@wifo.ac.at

2011/080-1/S/WIFO-Projektnummer: 6009

© 2011 Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Hersteller: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung,
1030 Wien, Arsenal, Objekt 20 • Tel. (+43 1) 798 26 01-0 • Fax (+43 1) 798 93 86 • <http://www.wifo.ac.at/> • Verlags- und Herstellungsort: Wien

Verkaufspreis: 30,00 € • Kostenloser Download: <http://www.wifo.ac.at/wwa/pubid/41564>

Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Studie untersucht das Internationalisierungsverhalten und zukünftige Expansionspläne von 3.000 Unternehmen aus Wien, 2.300 aus der Slowakei und von jeweils 1.500 Betrieben aus Tschechien und Ungarn in die (für die jeweiligen Länder) wichtigsten Zielmärkte. Der Schwerpunkt der Erhebung liegt in der grenzüberschreitenden Centroepe-Region.

Die untersuchten Länder der neuen Mitgliedstaaten (NMS) sind bereits in einem beträchtlichen Ausmaß internationalisiert: Wie in Österreich erzielt in Ungarn und der Slowakei etwa jedes fünfte Unternehmen Umsätze auf ausländischen Märkten, in Tschechien ist sogar jeder dritte Betrieb im Ausland tätig. Die wichtigsten Zielmärkte sind für die NMS – neben der engen Verflechtung der tschechischen und der slowakischen Wirtschaft – Deutschland bzw. Österreich, wo 8,3% (ca. 132.000) bzw. 5,2% (etwa 83.000) der Unternehmen aus den NMS Umsätze erzielen. Für österreichische Betriebe ist ebenfalls Deutschland der wichtigste Zielmarkt (14,9%). Die Schweiz und Italien sind derzeit wichtigere Auslandsmärkte als die untersuchten NMS, in denen 3,4% (Slowakei), 4,2% (Tschechien) und 4,8% (Ungarn) der österreichischen Unternehmen tätig sind.

In der Studie wird gezeigt, dass die Größe des Unternehmens, die Internationalität der Eigentümer und die Einbindung in eine Konzernstruktur die Auslandsorientierung der Betriebe begünstigt, wobei die Größe des Einflusses dieser betrieblichen Indikatoren zwischen Österreich und den untersuchten NMS etwas unterschiedlich ist. Die genannten Eigenschaften liefern hingegen nur einen untergeordneten Beitrag zur Erklärung der Expansionspläne. Es bestehen sehr große Unterschiede zwischen den Sektoren, so ist die Sachgütererzeugung am stärksten, die personenbezogenen, sozialen und öffentlichen Dienste am schwächsten internationalisiert. Da bei den Expansionsplänen eine ähnliche sektorale Struktur zu beobachten ist, werden die großen Unterschiede zwischen den Branchen in den nächsten Jahren bestehen bleiben. Eine größere Anzahl an MigrantInnen aus einem bestimmten Land begünstigt die Auslandsorientierung in diesen Zielmarkt. Eine größere (geographische) Entfernung zum Zielland reduziert hingegen den Anteil der Unternehmen, die diesen Markt bearbeiten.

Da die Studie vor dem Hintergrund des Auslaufens der Übergangsfristen im April 2011 verfasst wurde, wird die Auswirkung dieser Änderung der institutionellen Rahmenbedingung auf den Wettbewerb in Österreich untersucht. Es zeigt sich, dass Unternehmen aus den neuen Mitgliedstaaten deutlich häufiger Expansionspläne verfolgen als österreichische Unternehmen. Obwohl die Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen (v.a. das Bauwesen), weniger stark internationalisiert sind als andere Sektoren, weisen diese Branchen in den NMS häufiger Absichten auf, ihr Marktgebiet nach Österreich zu erweitern. Die Zahl der Unternehmen, die wegen dem Auslaufen der Übergangsfristen eine Marktausweitung nach Österreich planen, ist jedoch überschaubar und beträgt ca. 3.700 Betriebe.

Insgesamt wird wegen einer verstärkten Auslandsorientierung der Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei ein etwas steigender Wettbewerbsdruck erwartet, der in den Bereichen, die derzeit von den Übergangsfristen "geschützt" sind, etwas akzentuierter ausfallen wird.

AFLA – Arbeitskräftemobilität und Fachkräftebedarf nach der Liberalisierung des österreichischen Arbeitsmarktes

Internationalisierung und Expansionspläne – Verhalten von Unternehmen aus Ländern der CENTROPE-Region vor dem Hintergrund des Auslaufens der Übergangsfristen

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Übersichten	V
Verzeichnis der Abbildungen	VI
1. Einleitung und Motivation	1
2. Zeitliche, sektorale und funktionale Eingrenzung der Übergangsfristen	2
2.1 <i>Formen der Dienstleistungserbringung</i>	3
2.2 <i>Rechtliche Rahmenbedingungen nach der 5. Erweiterungsrunde</i>	5
3. Stichprobendesign und Untersuchungsraum	8
3.1 <i>Untersuchungsraum</i>	8
3.2 <i>Gewichtung</i>	10
3.3 <i>Struktur der Stichprobe</i>	14
3.4 <i>Internationalisierungsaktivitäten und Entfernung zum Zielmarkt</i>	20
4. Auslandsaktivitäten der Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei	24
4.1 <i>Derzeitiges Internationalisierungsverhalten</i>	25
<i>Stilisierte Fakten</i>	25
4.2 <i>Geplante Internationalisierungsschritte der Unternehmen aus den NMS</i>	40
5. Internationalisierung und Expansionspläne österreichischer Unternehmen	49
5.1 <i>Derzeitiges Internationalisierungsverhalten</i>	50
<i>Stilisierte Fakten</i>	50
<i>Ökonometrische Schätzung</i>	55
5.2 <i>Expansionspläne in bisher nicht bearbeitete Märkte</i>	58
<i>Motive für Niederlassungen und Kooperationen</i>	59
<i>Expansionspläne für noch nicht bearbeitete Zielmärkte</i>	62
<i>Ökonometrische Schätzergebnisse der Internationalisierungspläne</i>	64

5.3	<i>Zusammenfassung</i>	66
6.	Entfernung und Größe des Zielmarktes als Bestimmungsgründe für Auslandsaktivitäten	68
6.1	<i>Stilisierte Fakten zu Auslandsorientierung und Entfernung zum Zielmarkt</i>	69
6.2	<i>Entfernung und Marktpotential als Determinanten der Auslandsorientierung von Unternehmen</i>	73
7.	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	79
7.1	<i>Hauptergebnisse der Studie</i>	79
7.2	<i>Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen</i>	81
	Literaturverzeichnis	85

Verzeichnis der Übersichten

Übersicht 2.1:	Dauer der Übergangsfristen	6
Übersicht 3.1:	Zahl der "örtlichen Einheiten"	12
Übersicht 3.2:	Gewichte nach regionaler und sektoraler Gliederung	13
Übersicht 3.3:	Räumliche und kulturelle Nähe	23
Übersicht 4.1:	Durchschnittliche Entfernung zur österreichischen Grenze	32
Übersicht 4.2:	Marginale Effekte der Internationalisierung tschechischer, slowakischer und ungarischer Unternehmen	38
Übersicht 4.3:	Marginale Effekte geplanter Expansion tschechischer, slowakischer und ungarischer Unternehmen	47
Übersicht 5.1:	Anteil der in Tschechien und/oder Ungarn und/oder der Slowakei tätigen Unternehmen nach Größe und Entfernung	55
Übersicht 5.2:	Marginale Effekte der Internationalisierung österreichischer Unternehmen	57
Übersicht 5.3:	Marginale Effekte geplanter Expansion österreichischer Unternehmen	66
Übersicht 6.1:	Korrelation zwischen Internationalisierungsneigung und EntfernungsvARIABLEN	73
Übersicht 6.2:	Marginale Effekte der Internationalisierungsneigung abhängig von der Distanz zum Zielmarkt	75
Übersicht 6.3:	Marginale Effekte geplanter Internationalisierung abhängig von der Distanz zum Zielmarkt	78

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 3.1: Untersuchungsraum	10
Abbildung 3.2: Anteil der Unternehmen nach Regionen	14
Abbildung 3.3: Anteil der Unternehmen nach Entfernung zur Grenze	15
Abbildung 3.4: Anteil der Unternehmen nach Größe in den Ländern	16
Abbildung 3.5: Verteilung der Unternehmen nach Größe und Ländern	17
Abbildung 3.6: Anteil der Unternehmen nach Sektoren	18
Abbildung 3.7: Bedeutung der von den Übergangsfristen betroffenen Sektoren (gewichtet)	19
Abbildung 3.8: Wirtschaftliche Situation des Betriebes in Abhängigkeit der Entfernung zur Grenze (nicht hochgerechnet)	20
Abbildung 4.1: Internationalisierungsneigung nach Regionen	26
Abbildung 4.2: Verteilung des Auslandsumsatzes nach Formen der Umsatzerzielung	27
Abbildung 4.3: Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich vorstellbar	28
Abbildung 4.4: Gründe warum Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht vorstellbar ist	29
Abbildung 4.5: Internationalisierungsaktivitäten von Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei	30
Abbildung 4.6: In Österreich tätige Unternehmen nach Herkunftsregionen	31
Abbildung 4.7: Anteil der in Österreich tätigen Unternehmen nach Entfernung zur Grenze	33
Abbildung 4.8: Internationalisierungsneigung nach Zielländern (Modell 5; Referenz: Tschechien)	39
Abbildung 4.9: Geplante Internationalisierungsschritte	41
Abbildung 4.10: Geplante Expansion nach Österreich	42
Abbildung 4.11: Gründe für geplante Internationalisierung bzw. Marktausweitung nach Österreich	44
Abbildung 4.12: Geplante Ausweitung des Marktgebietes nach Zielländer (Modell 10; Referenz: Tschechien)	48
Abbildung 5.1: Internationalisierungsneigung österreichischer Unternehmen	51
Abbildung 5.2: Tätigkeiten auf Auslandsmärkten grundsätzlich vorstellbar	51
Abbildung 5.3: Gründe, warum Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht vorstellbar ist	52
Abbildung 5.4: Zielländer der Internationalisierung österreichischer Unternehmen	53
Abbildung 5.5: Internationalisierungsneigung österreichischer Unternehmen nach Entfernung zur Grenze	54
Abbildung 5.6: Motive österreichischer Unternehmen, um Niederlassungen/Kooperationen zu betreiben bzw. zu planen	60
Abbildung 5.7: Bearbeitung des Heimatmarktes als ausschlaggebendes Motiv um Niederlassung und/oder Kooperation zu betreiben (nach Branchen)	61
Abbildung 5.8: Geplante grenzüberschreitende Expansion in den nächsten 5 Jahren	62
Abbildung 5.9: Zielländer der Expansionspläne österreichischer Unternehmen	63

Abbildung 5.10: Gründe für geplante Internationalisierung	64
Abbildung 6.1: Zusammenhang zwischen Internationalisierungsneigung und geographischer Entfernung	70
Abbildung 6.2: Zusammenhang zwischen Internationalisierungsneigung und Migration	71
Abbildung 6.3: Zusammenhang zwischen Internationalisierungsneigung und kultureller Distanz	72

1. Einleitung und Motivation

Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs und dem Ende der Teilung Europas kam es zu einer tiefgreifenden politischen und wirtschaftlichen Annäherung zwischen den Ländern Ost- und Westeuropas. Der politische Integrationsprozess erreichte mit der Aufnahme der Staaten aus Mittel- und Osteuropa (MOEL) zur Europäischen Union und dem Beitritt einiger Transformationsökonomien zur Wirtschafts- und Währungsunion einen Höhepunkt. Diese Entwicklung bot und bietet österreichischen Unternehmen viele Möglichkeiten zur Erschließung dynamischer Liefer- und Absatzmärkte.

Die geänderten Rahmenbedingungen, durch die Österreich von "einer geographischen Randlage [...] ins Zentrum eines entstehenden Wirtschaftsraumes" (*Richter - Stankovsky, 1991*) gerückt ist, wurden von österreichischen Unternehmen schnell erkannt. Unter Ausnutzung eines Informationsvorsprungs über Risiken von Kapitalbeteiligungen (*Stankovsky, 1999*) und der räumlichen Nähe wurden österreichische Unternehmen rasch zu den stärksten Investoren in dieser Region. Gemessen an den Direktinvestitionsbeständen waren Unternehmen aus Österreich in den Ländern Slowenien, Bosnien und Herzegowina, Kroatien, Rumänien und Bulgarien stärker vertreten als Betriebe aus anderen Ländern. In den angrenzenden Ländern Slowakei, Ungarn und Tschechien ist Österreich der drittgrößte Investor (*Wolfmayr, 2010*).

Während befürchtete negative Auswirkungen dieser starken Investitionstätigkeit in den mittel- und osteuropäischen Staaten auf die heimische Beschäftigung (etwa durch Produktionsverlagerungen in Länder mit niedrigeren Lohnkosten) bisher nicht eindeutig nachgewiesen werden konnten (*Wolfmayr, 2010*), gibt es auf makroökonomischer Ebene eine starke Evidenz, dass für Österreich die positiven Effekte der Ostöffnung und der EU-Integration der neuen Mitgliedstaaten überwiegen: *Breuss (2010)* schätzt in einem einheitlichen Integrationsmodell die Auswirkungen von Ostöffnung (im Jahr 1989), österreichischem EU-Beitritt (1995), Schaffung der Wirtschafts- und Währungsunion (1999) und der fünften EU-Erweiterung (2004) für die Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts und der Beschäftigung für den Zeitraum 1989 bis 2010. Demnach erhöhte die Ostöffnung das reale BIP-Wachstum um jährlich 0,2 Prozentpunkte (PP), die EU-Erweiterung sogar um 0,4 PP. Diese beiden Ereignisse führten zu einer zusätzlichen Ausweitung der Beschäftigung um 3.800 (Ostöffnung) bzw. 9.100 (EU-Erweiterung) pro Jahr.

Durch die fünfte EU-Erweiterung (sog. "Osterweiterung") wurde der Kapital- und Warenverkehr beinahe völlig liberalisiert, im Gegenzug wurde Österreich und Deutschland für den Dienstleistungsbereich das Recht eingeräumt, "[...]um tatsächlichen oder drohenden schwerwiegenden Störungen in bestimmten empfindlichen Dienstleistungssektoren auf ihren Arbeitsmärkten zu begegnen" (Anhänge V, VI, VIII, IX, X, XII, XIII und XIV der Beitrittsakte von 2003, Art. 1 Nr. 13), die Entsendung von Arbeitskräften in einigen Branchen (v.a. der Bauwirtschaft) temporär zu beschränken (Übergangsfristen zu erlassen). Diese Studie entsteht vor dem Hintergrund, dass diese Beschränkungen am 30. April 2011 auslaufen.

In der vorliegenden Arbeit werden die Bestimmungsgründe des beobachteten Internationalisierungsverhaltens und der geplanten Expansion auf bisher nicht bearbeitete Auslandsmärkte

untersucht. Für die empirische Analyse kann auf eine breite Basis an Individualdaten auf Unternehmensebene zurückgegriffen werden: So wurden 3.000 Unternehmen aus Österreich, 2.300 aus der Slowakei und jeweils 1.500 Betriebe aus Tschechien und Ungarn über ihre Auslandsaktivitäten und zukünftigen Expansionsabsichten in die (für die jeweiligen Länder) wichtigsten Zielmärkte befragt. Der Schwerpunkt der Erhebung liegt auf der grenzüberschreitenden CENTROPE-Region, umfasst aber auch die anderen Regionen Österreichs, Tschechiens, der Slowakei und Ungarns.¹⁾

Die Entsendung von Arbeitskräften ist eine Form der Dienstleistungserbringung, die meist engen Marktgrenzen unterworfen ist. Das Auslaufen der Übergangsfristen stellt daher gerade für Unternehmen in "empfindlichen Dienstleistungssektoren" aus den neuen Mitgliedstaaten (NMS) nahe der österreichischen Grenze eine große Chance dar, diese ab April 2011 erlaubte Form der Leistungserbringung für eine grenzüberschreitende Ausweitung ihres Absatzgebietes zu nutzen. Für österreichische Unternehmen war es zwar bisher möglich, Niederlassungen in den NMS zu gründen oder zu erwerben. Das Ende der Übergangsregelungen erlaubt es ihnen aber auch, über diese Niederlassungen im grenznahen Ausland Arbeitskräfte nach Österreich zu entsenden, um mittels dieser Form der Leistungserbringung den Heimatmarkt zu bedienen. Das Auslaufen der Übergangsbestimmungen kann in diesen sensiblen Dienstleistungsbereichen daher über zwei Kanäle zu einer höheren Konkurrenz – mit möglichen negativen Konsequenzen für die Beschäftigung – führen, die im Rahmen dieser Studie analysiert werden:

- (1) Unternehmen aus den NMS entsenden Arbeitskräfte zur Leistungserbringung nach Österreich.
- (2) Österreichische Unternehmen gründen bzw. erwerben Niederlassungen in den NMS und entsenden angestellte Arbeitskräfte aus den Niederlassungen nach Österreich.

Das folgende Kapitel 2 beschreibt den zeitlichen, sektoralen und funktionalen Wirkungsbereich der Übergangsfristen. Im Kapitel 3 wird die Struktur der Stichprobe beschrieben. Kapitel 4 und 5 bilden den Kern der Studie und untersuchen das Internationalisierungsverhalten und die geplanten Expansionsschritte auf neue, bisher nicht erschlossene Märkte von Betrieben aus den NMS (Tschechien, Slowakei und Ungarn; Kapitel 4) und aus Österreich (Kapitel 5). Neben der Identifikation wichtiger Determinanten der Auslandsorientierung von Unternehmen werden insbesondere empirische Evidenzen herausgearbeitet, um abzuschätzen, ob es in den nächsten Jahren (auch) durch das Auslaufen der Übergangsfristen zu einer stärkeren Konkurrenz auf dem österreichischen Markt kommen wird. In Kapitel 6 wird der Zusammenhang zwischen Auslandsaktivität und der (geographischen und kulturellen) Nähe zum Zielmarkt analysiert. Im abschließenden Kapitel 7 werden die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst und wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen gezogen.

¹⁾ Die Region CENTROPE umfasst Teile aus Ungarn (Regionen Győr-Moson-Sopron und Vas), der Slowakei (Regionen Bratislava und Trnava), der Tschechischen Republik (Südmähren) sowie Österreich (Niederösterreich, Burgenland und Wien) (Rozmahel et al. 2010).

2. Zeitliche, sektorale und funktionale Eingrenzung der Übergangsfristen

In diesem Kapitel wird der Geltungsbereich der Übergangsfristen, durch die österreichischen Unternehmen von Konkurrenz aus den NMS bis April 2011 (bzw. bei Rumänien und Bulgarien bis Dezember 2013) geschützt sind, abgegrenzt.²⁾ Der Anwendungsbereich der Übergangsfristen ist (methodisch) eng abgesteckt, da die Beschränkungen nur für eine kleine Zahl von Branchen des Dienstleistungsbereichs gelten, und nur eine Erbringungsform (die Entsendung von Arbeitskräften) erfasst. Es wird daher zuerst die Leistungserbringung durch die Entsendung von MitarbeiterInnen von anderen Formen der grenzüberschreitenden Leistungserbringung im Dienstleistungsbereich abgegrenzt. Danach werden der sektorale und der zeitliche Geltungsbereich der Übergangsfristen dargestellt. Zum Abschluss des Kapitels werden die (arbeits-)rechtlichen Rahmenbedingungen umrissen, die nach dem Ende der Übergangsfristen gelten.

2.1 Formen der Dienstleistungserbringung

Es gibt mehrere Möglichkeiten, wie international gehandelte Dienstleistungen erbracht werden können. Für die weitere Einteilung ist es sinnvoll, zwischen gebundenen und ungebundenen Dienstleistungen zu unterscheiden. Gebundene Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, dass Angebot und Nachfrage zeitlich und räumlich zusammentreffen müssen (das so genannte "Uno-actu-Prinzip"). Ein direkter Export von ungebundenen Dienstleistungen (im Sinne einer grenzüberschreitenden Lieferung) ist nicht möglich, entweder die Nachfrager müssen sich zum Anbieter bewegen (was etwa bei Dienstleistungen im Tourismus der Fall ist), oder die Anbieter erbringen die Dienstleistung am Ort des Konsumenten/der Konsumentin. Ungebundene Dienstleistungen (etwa die Planzeichnung eines Architekten) können – ebenso wie Waren – direkt exportiert werden.

Im "General Agreement on Trade in Services" findet sich eine nützliche Einteilung der grenzüberschreitenden Dienstleistungserbringung in vier unterschiedliche Erbringungsarten (Art. 1 Abs. 2):

Erbringungsart 1: *Aus dem Hoheitsgebiet eines Mitglieds in das Hoheitsgebiet eines anderen Mitglieds³⁾*

Diese Erbringungsform bezeichnet den **direkten Export** (d.h. die grenzüberschreitende Lieferung) der Dienstleistung. Diese Form ist nur für ungebundene Dienstleistungen möglich. Diese Erbringungsform im internationalen Dienstleistungshandel ist etwa bei der Entwicklung von Softwareprogrammen denkbar.

²⁾ Siehe dazu auch Nowotny – Palme (2008).

³⁾ Die das GATS-Abkommen unterzeichnenden Staaten werden im Vertragstext als "Mitglieder" bezeichnet.

Erbringungsart 2: Im Hoheitsgebiet eines Mitglieds an den Dienstleistungsnutzer eines anderen Mitglieds

Damit wird der **Konsum im Ausland** bezeichnet. Der Nachfrager/die Nachfragerin begibt sich zur Konsumation der Dienstleistung zum Ort des Anbieters. Diese Form des grenzüberschreitenden Dienstleistungshandels ist etwa bei touristischen oder medizinischen Leistungen möglich. Ein Universitätsstudium im Ausland würde ebenfalls unter diese Kategorie fallen.

Erbringungsart 3: Durch einen Dienstleistungserbringer eines Mitglieds mittels kommerzieller Präsenz im Hoheitsgebiet eines anderen Mitglieds

Die Erbringung der Dienstleistung mittels **kommerzieller Präsenz** bedeutet, dass die Leistung durch eine Niederlassung oder eine Kooperation im Zielland erbracht wird. Anders als beim Konsum im Ausland bewegt sich der Anbieter zu den Nachfragern. Beispiele für diese Form sind etwa die Dienstleistungserbringung über Bank- oder Versicherungsfilialen, oder über Verkaufslokale bei Handelsunternehmen.

Erbringungsart 4: Durch einen Dienstleistungserbringer eines Mitglieds mittels Präsenz natürlicher Personen eines Mitglieds im Hoheitsgebiet eines anderen Mitglieds

Die Präsenz einer Person auf dem Gebiet eines anderen Landes bezeichnet die Dienstleistungserbringung durch eine zeitlich befristete **Entsendung von Arbeitskräften** in ein anderes Land. Wie bei der dritten Erbringungsart bewegt sich der Anbieter zu den Nachfragern. Beispiele für diese Erbringungsform sind Unternehmensberater, die ihre MitarbeiterInnen zu den Kunden entsenden, oder BauarbeiterInnen, die sich zur Leistungserbringung auf Baustellen des Ziellandes aufhalten.

Die Übergangsfristen beschränken lediglich die grenzüberschreitende Dienstleistungserbringung durch die Entsendung von Arbeitskräften. Die anderen drei genannten Erbringungsformen (direkter Export, Konsum im Ausland, kommerzielle Präsenz) werden durch die Übergangsregeln nicht direkt berührt.⁴⁾ Eine Dienstleistungserbringung etwa durch eine Niederlassung im Zielland ist für Unternehmen der NMS bereits seit dem EU-Beitritt ihres Landes uneingeschränkt möglich. In der Richtlinie 96/71/EG ("Entsenderichtlinie") des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 1996 wird definiert, welche Maßnahmen der Unternehmen als "Entsendung von Arbeitskräften" verstanden werden (Art. 1 Abs. 3):

a) einen Arbeitnehmer in ihrem Namen und unter ihrer Leitung in das Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaates im Rahmen eines Vertrags entsenden, der zwischen dem entsendenden Unternehmen und dem in diesem Mitgliedstaat tätigen Dienstleistungsempfänger geschlossen wurde, sofern für die Dauer der Entsendung ein Arbeitsverhältnis zwischen dem entsendenden Unternehmen und dem Arbeitnehmer besteht, oder

⁴⁾ Wenn mit anderen Erbringungsformen die Entsendung von Arbeitskräften verbunden ist, können auch diese indirekt durch die Übergangsfristen betroffen sein. So ist zwar der Betrieb einer Niederlassung in einem NMS zulässig, die Entsendung von in dieser Niederlassung beschäftigten Arbeitskräfte nach Österreich allerdings nicht.

b) einen Arbeitnehmer in eine Niederlassung oder ein der Unternehmensgruppe angehörendes Unternehmen im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats entsenden, sofern für die Dauer der Entsendung ein Arbeitsverhältnis zwischen dem entsendenden Unternehmen und dem Arbeitnehmer besteht, oder

c) als Leiharbeitsunternehmen oder als ein, einen Arbeitnehmer zur Verfügung stellendes Unternehmen, einen Arbeitnehmer in ein verwendendes Unternehmen entsenden, das seinen Sitz im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaates hat oder dort seine Tätigkeit ausübt, sofern für die Dauer der Entsendung ein Arbeitsverhältnis zwischen dem Leiharbeitsunternehmen oder dem einen Arbeitnehmer zur Verfügung stellenden Unternehmen und dem Arbeitnehmer besteht.

Von einer Entsendung (Erbringungsart 4) wird daher nur dann gesprochen, wenn die grenzüberschreitende Leistungserbringung durch ArbeitnehmerInnen erbracht wird. Bei einer Erbringung durch den Unternehmer selbst handelt es sich nicht um eine Entsendung, folglich ist die Leistungserbringung durch den Unternehmer selbst auch vor April 2011 nicht durch die Übergangsfristen beschränkt.

2.2 Rechtliche Rahmenbedingungen nach der 5. Erweiterungsrunde

Neben der Freiheit des Waren- und des Kapitalverkehrs zählen die Arbeitnehmerfreizügigkeit und die Dienstleistungsfreiheit zu den vier wirtschaftlichen Grundfreiheiten der Europäischen Union. Durch den Beitritt zur EU erwarben die im Rahmen der 5. Erweiterungsrunde ("Osterweiterung") neu beigetretenen Mitgliedstaaten auch das Recht, am gemeinsamen Binnenmarkt zu partizipieren. In den Anhängen der Beitrittsakte von 2003 bzw. (für Rumänien und Bulgarien) von 2005 ist jedoch festgehalten, dass Freizügigkeit von ArbeitnehmerInnen und die freie grenzüberschreitende Dienstleistungserbringung durch Entsendung von Arbeitskräften nur "vorbehaltlich der Übergangsregelungen" gilt (Anhänge V, VI, VIII, IX, X, XII, XIII und XIV der Beitrittsakte von 2003, Art. 2 Abs. 1 sowie Anhänge VI und VIII der Beitrittsakte von 2005).⁵⁾ In Art. 2 der Anhänge der Beitrittsakte sind die sektorale und die zeitliche Dimension dieser Beschränkungen geregelt.

Die Möglichkeit von Übergangsfristen gilt gegenüber den am 1. Mai 2004 beigetretenen Ländern Estland, Lettland, Litauen, Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn (NMS 8) sowie gegenüber den am 1. Jänner 2007 beigetretenen Länder Bulgarien und Rumänien. Die grenzüberschreitende Dienstleistungserbringung darf gegenüber Unternehmen aus den ebenfalls am 1. Mai 2004 beigetretenen Ländern Malta und Zypern jedoch nicht beschränkt werden.⁶⁾

Um tatsächlichen oder drohenden schwerwiegenden Störungen in bestimmten empfindlichen Dienstleistungssektoren auf ihren Arbeitsmärkten zu begegnen, wurde Österreich und Deutschland das Recht eingeräumt, die grenzüberschreitende Erbringung von Dienstleistung-

⁵⁾ Diese Übergangsregelungen werden in weiterer Folge als Übergangsfristen bezeichnet.

⁶⁾ In weiterer Folge werden alle 12 Staaten als neue Mitgliedstaaten (NMS), Estland, Lettland, Litauen, Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn als NMS 8 bezeichnet.

gen durch *nationale Maßnahmen oder Maßnahmen aufgrund von bilateralen Vereinbarungen* zu begrenzen (Art. 2 Abs. 13). Die Übergangsfristen dürfen allerdings für Österreich nur in folgenden Sektoren angewandt werden (Art. 2 Abs. 13):

- Erbringung von gärtnerischen Dienstleistungen (ÖNACE 01.41)
- Be- und Verarbeitung von Natursteinen a.n.g. (ÖNACE 26.7)
- Herstellung von Stahl- und Leichtmetallkonstruktionen (ÖNACE 28.11)
- Baugewerbe, einschließlich verwandter Wirtschaftszweige (ÖNACE 45.1-4)
- Schutzdienste (ÖNACE 74.60)
- Reinigung von Gebäuden, Inventar und Verkehrsmitteln (ÖNACE 74.70)
- Hauskrankenpflege (ÖNACE 85.14)
- Sozialwesen a.n.g. (ÖNACE 85.32)

In Deutschland sind die Beschränkungen in einer kleineren Anzahl an Sektoren möglich (Art. 2 Abs. 13):

- Baugewerbe, einschließlich verwandte Wirtschaftszweige (NACE 45.1-4)
- Reinigung von Gebäuden, Inventar und Verkehrsmitteln (NACE 74.70)
- Sonstige Dienstleistungen (NACE 74.87, nur Tätigkeiten von Innendekorateuren)

Die Geltungsdauer der Übergangsfristen ist begrenzt. So gilt sie in einer 1. Phase für zwei Jahre ab dem Beitritt des jeweiligen Landes zur Europäischen Union (Art. 2 Abs. 1). Österreich (analoges gilt für Deutschland) kann die Regelung für weitere drei Jahre verlängern (2. Phase), und *im Falle schwerwiegender Störungen seines Arbeitsmarktes oder der Gefahr derartiger Störungen* (Art. 2 Abs. 5) um nochmals zwei Jahre auf insgesamt sieben Jahre (ab Beitritt). Österreich hat für die NMS 8 die vollen sieben Jahre ausgeschöpft, bei Bulgarien und Rumänien endet die 2. Phase der Übergangsfristen im Dezember 2011 (Übersicht 2.1). Während die Übergangsregelungen gegenüber den Ländern Bulgarien und Rumänien nochmals verlängert werden können, laufen sie gegenüber den NMS 8 am 30. April 2011 endgültig aus.

Übersicht 2.1: Dauer der Übergangsfristen

Beitrittsländer	1. Phase	2. Phase	3. Phase
NMS 8	1. Mai 2004 – 30. April 2006	1. Mai 2006 – 30. April 2009	1. Mai 2009 – 30. April 2011
Bulgarien und Rumänien	1. Jan. 2007 – 31. Dez. 2008	1. Jan. 2009 – 31. Dez. 2011	1. Jan. 2012 – 31. Dez. 2013

Q: Nowotny - Palme (2008); Darstellung gemäß Anhängen V, VI, VIII, IX, X, XII, XIII und XIV der Beitrittsakte von 2003 sowie Anhängen VI und VII der Beitrittsakte von 2005, Art. 1 Nr. 2-5.

Nach dem Ende der Übergangsfristen wird sich der Wettbewerb für österreichische Unternehmen verschärfen. Das Ausnützen der niedrigeren Lohnkosten in den NMS ist bei der Entsendung von Arbeitskräften allerdings Grenzen unterworfen. So regelt die Entsenderichtlinie 96/71/EG in Artikel 3 die Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen. Demnach haben die Mitgliedstaaten dafür Sorge zu tragen, dass die Unternehmen den in ihr Hoheitsgebiet entsandten Arbeitnehmern bezüglich der nachstehenden Aspekte die Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen garantieren, die in dem Mitgliedstaat, in dessen Hoheitsgebiet die Arbeitsleis-

tung erbracht wird, [...] festgelegt sind. (Art. 3, Abs. 1) Die Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen umfassen insbesondere folgende Punkte:

a) Höchstarbeitszeiten und Mindestruhezeiten

b) Bezahlter Mindestjahresurlaub

c) Mindestlohnsätze einschließlich der Überstundensätze

Dabei ist es unerheblich, ob diese Regelungen in Rechts- oder Verwaltungsvorschriften, oder in (für allgemein verbindlich erklärte) Tarifverträge festgehalten sind.

Niedrigere Lohnkosten des Sendelandes stellen daher (formal) keinen Wettbewerbsvorteil dar. Diese Regelung bedeutet einen qualitativen Unterschied zu Exporten in der Sachgütererzeugung oder zum direkten Export ungebundener Dienstleistungen, wo sehr wohl Lohnkostenvorteile in der Herstellung des exportierten Gutes bzw. der exportierten Dienstleistung als Wettbewerbsvorteil ausgenutzt werden.

3. Stichprobendesign und Untersuchungsraum

Diese Studie basiert auf einer Befragung von Unternehmen in Österreich, der Tschechischen Republik, der Slowakei und Ungarn. Die Stichprobe umfasst 8.299 Unternehmen, wobei 3.001 in Österreich, 2.298 in der Slowakei und jeweils 1.500 Betriebe in Tschechien sowie Ungarn angesiedelt sind. Die Datenerhebung wurde mittels Telefoninterviews von September bis November 2010 durchgeführt.⁷⁾

Bei der Datengrundlage handelt es sich nicht um eine Zufallsstichprobe, sondern es wurde nach einem "Samplingplan" vorgegangen. Das bedeutet, dass Vorgaben im Bezug auf die Herkunftsregion, die Sektorzugehörigkeit, sowie die Unternehmensgröße gemacht wurden. Beim vorliegenden Datensatz kann daher von einer geschichteten Stichprobe gesprochen werden. Dies ist für eine Analyse der Auswirkungen des Endes der Übergangsfristen sinnvoll, da in der Erhebung ein Schwergewicht auf jene Sektoren gelegt wurde, die durch die Übergangsregelungen bis April 2011 beschränkt sind. Diese Reglementierungen betreffen (neben Beschränkungen auf dem Arbeitsmarkt) nur die Entsendung von MitarbeiterInnen. Die temporäre Entsendung von ArbeitnehmerInnen ist meist engen Marktgrenzen unterworfen, im Gegensatz zu anderen Formen der grenzüberschreitenden Leistungserbringung (über Niederlassungen im Zielland oder durch direkten Export), die weniger stark von der Entfernung zum Zielland (zur Konsumentin/zum Konsumenten) abhängig sind (Pennerstorfer, 2009). Es wurden daher schwerpunktmäßig Unternehmen aus den Grenzregionen zwischen Österreich einerseits und den neuen Mitgliedstaaten Tschechien, Slowakei und Ungarn andererseits, befragt. Weiters sind größere Unternehmen in der Stichprobe etwas überrepräsentiert. Um Aussagen über alle Unternehmen (die Grundgesamtheit) treffen zu können, und um Ergebnisse hochrechnen zu können, ist daher die Gewichtung der Daten notwendig (siehe weiter unten).

3.1 Untersuchungsraum

Der geographische Untersuchungsraum (Abbildung 3.1) umfasst die Länder Österreich, Tschechien, Slowakei und Ungarn. Der regionale Schwerpunkt der Erhebungen liegt nahe der Grenze zwischen Österreich und den drei genannten Staaten. Die Einteilung in grenznahe Regionen erfolgt zum einen durch die Zweiteilung des Untersuchungsraumes in die Region CENTROPE und die Teile der Länder, die nicht zur CENTROPE-Region gezählt werden. Die Region CENTROPE umfasst in Ungarn die Regionen Győr-Moson-Sopron und Vas (die NUTS-3-Regionen HU221 und HU222), in der Slowakei die Regionen Bratislava (SK01) und Trnava

⁷⁾ In dieser Studie werden die Begriffe "Unternehmen" und "Betrieb" synonym verwendet. Nach der Definition für das Unternehmensregister durch die *Statistik Austria* (2009) bezeichnet der Begriff "Unternehmen" die rechtliche und der Begriff "Betrieb" die fachliche Einheit. Voraussetzung dafür, dass sich eine Einheit um einen Betrieb handeln kann, ist, dass "das Unternehmen über ein Informationssystem verfügt, das es ermöglicht, für den Betrieb zumindest den Wert der Produktion und der Vorleistungen, die Personalkosten und den Betriebsüberschuss sowie Beschäftigung und Bruttoanlageinvestitionen festzustellen oder zu berechnen" (S. 16). In der Stichprobe wird nicht immer deutlich, ob die befragte Einheit für "den Betrieb" oder "das Unternehmen" antwortet. Da im österreichischen Unternehmensregister nur 0,1% der Unternehmen Mehrbetriebsunternehmen sind, ist die Unterscheidung der Begriffe quantitativ allerdings von geringer Bedeutung.

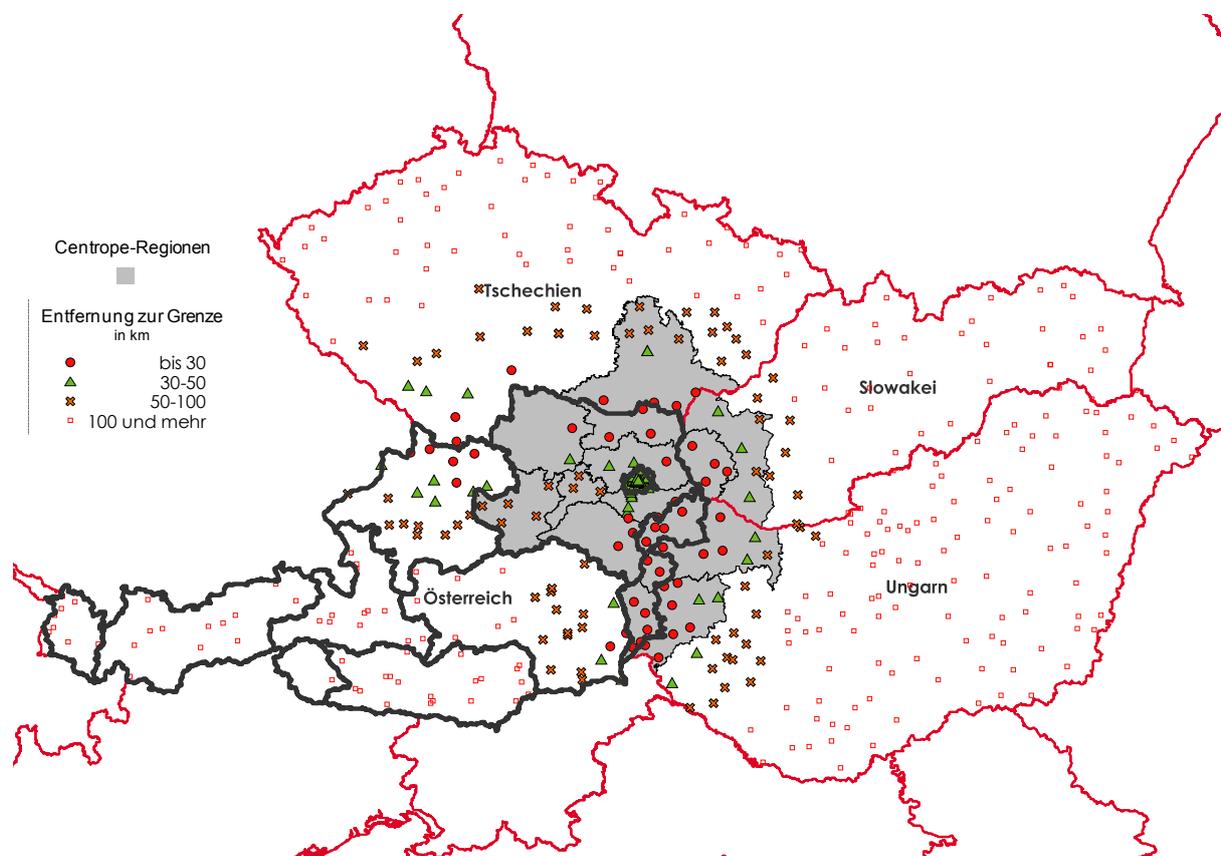
(SK021), in der Tschechischen Republik die Region Südmähren (CZ064) sowie in Österreich die Bundesländer Burgenland, Niederösterreich und Wien (AT11, AT12 und AT13). Eine zweite räumliche Abgrenzung erfolgt über Angaben der Standorte der Unternehmen, die auf Ebene der Bezirke (bzw. für Unternehmen außerhalb Österreichs auf einer vergleichbaren Verwaltungsebene) vorliegen. Die Unternehmen werden anhand der (Luftlinien-)Entfernung des Bezirkes (der Bezirkshauptstadt) zum nächsten Grenzübergang zwischen Österreich und den anderen drei Staaten des Untersuchungsraumes eingeteilt. Das bedeutet, dass für Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei die Entfernung zum nächstgelegenen Grenzübergang nach Österreich berechnet wird, für österreichische Unternehmen der nächstgelegene Grenzübergang zu einem der drei Länder (egal welchem). Es werden die Unternehmen daher anhand ihrer Entfernung zu der (immer noch vorhandenen) ökonomischen Bruchlinie zwischen dem "alten" EU-Mitgliedstaat (Österreich) und den neuen Mitgliedstaaten (Tschechien, Slowakei, Ungarn) im geographischen Untersuchungsraum charakterisiert. In Abbildung 3.1 sind die Bezirke (bzw. Kreise) in vier Gruppen klassifiziert: Die Grenze ist "sehr nahe" wenn die Entfernung weniger als 30km beträgt, "nahe" bei einer Distanz von 30 bis 50km, "mäßig nahe" bei 50 bis 100km und "nicht nahe" bei einer Entfernung von über 100km.⁸⁾

Um die geographische und sektorale Schwerpunktsetzung in der Datenerhebung berücksichtigen zu können werden die Unternehmen in der Stichprobe gewichtet. Die Gewichte werden konstruiert, indem die Anzahl der Unternehmen eines Sektors in einer Region der Grundgesamtheit mit der Anzahl der Firmen in der Stichprobe in Beziehung gesetzt wird.⁹⁾ Eine Gewichtung ist notwendig, um (möglicherweise) falsche Schlussfolgerungen zu vermeiden. Falsche Schlüsse sind vor allem dann wahrscheinlich, wenn die untersuchte Eigenschaft mit einem Schichtungskriterium korreliert: Wenn etwa die Internationalisierungsneigung von Unternehmen in der Nähe zur österreichischen Landesgrenze höher ist, führt die Schwerpunktsetzung auf grenznahe Regionen dazu, dass die durchschnittliche Internationalisierungsneigung der Unternehmen in der Stichprobe höher ist als in der Grundgesamtheit. Die durchschnittliche Internationalisierungsneigung der Unternehmen in der Stichprobe würde daher die tatsächliche Internationalisierungsneigung (in der Grundgesamtheit) überschätzen. Durch die Gewichtung der Beobachtungen wird dieses Problem bereinigt.

⁸⁾ Die in Abbildung 3.1 dargestellten Punkte (bzw. Kreise, Dreiecke und Kreuze) sind der Standort der Bezirks- (Kreis-) Hauptstädte, wo sich zumindest ein Unternehmen der Stichprobe befindet.

⁹⁾ Eine Gewichtung anhand der Unternehmensgröße ist nicht möglich, da Informationen über die Unternehmensgröße der Grundgesamtheit nicht mit geographischen und sektoralen Informationen "verschränkt" werden können. Da in der Stichprobe die Zahl großer Unternehmen etwas überrepräsentiert ist, müssen manche Ergebnisse vorsichtig interpretiert werden.

Abbildung 3.1: Untersuchungsraum



Q: WIFO-Darstellung.

3.2 Gewichtung

Die Zahl der Unternehmen der Grundgesamtheit stammt von der strukturellen Unternehmensstatistik von Eurostat aus dem Jahr 2008. Die regionale Gliederung erfolgt auf NUTS-2-Ebene (entspricht in Österreich der Ebene der Bundesländer) und die sektorale Klassifikation basiert auf NACE-Einsteller (NACE 2008). Die sektorale Einteilung der strukturellen Unternehmensstatistik umfasst die Sektoren B (Bergbau) bis M (Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen). Auf Sektoren der Stichprobe, die nicht durch die Unternehmensstatistik erfasst werden (etwa Sektor Q: Gesundheits- und Sozialwesen), kann bei den hochgerechneten Daten nicht zurückgegriffen werden. Die Zahl der Unternehmen der Stichprobe, für die eine Gewichtung möglich ist, reduziert sich daher von 8.299 auf 6.458.

Übersicht 3.1 zeigt die Anzahl der "örtlichen Einheiten". Örtliche Einheiten bezeichnen Unternehmen oder Teile von Unternehmen (Büro, Fabrik, Lager,...). Für Übersicht 3.2 wurden die örtlichen Einheiten der Grundgesamtheit mit den Firmen der Stichprobe in Verhältnis gesetzt und so die Gewichte der Regionen und Sektoren ermittelt. So finden sich zum Beispiel im Burgenland (AT11) laut struktureller Unternehmensstatistik 1.311 örtliche Einheiten der Baubranche. In der Stichprobe gibt es 34 burgenländische Bauunternehmen. Eine burgenländische Baufirma

repräsentiert daher 39 Unternehmen der Grundgesamtheit (und bekommt ein Gewicht von 39). Je kleiner die Gewichte sind, desto größer ist der Anteil der Unternehmen in dieser Region und in diesem Sektor, der durch die Erhebung erfasst wird. Jene NUTS-2-Regionen, die (zumindest teilweise) zur Region CENTROPE gehören, sind fett unterlegt. Dies verdeutlicht die Schwerpunktsetzung auf grenznahe Regionen, da sich diese Regionen durch besonders kleine Gewichte (d.h. einen hohen Erfassungsgrad) auszeichnen. Dies gilt insbesondere für die Ballungsräume Wien (AT13) und Bratislava (SK01).

Übersicht 3.1: Zahl der "örtlichen Einheiten"

NUTS 2	Bergbau	Herstellung von Waren	Energieversorgung	Wasserversorgung	Bau	Handel; Instandhaltung und Reparatur	Verkehr und Logerei	Beherrschung und Gastronomie	Information, Kommunikation	Grundstücks-, Wohnungswesen	Freiberufliche, wissenschaftliche, technische DL	Sonstige Dienstleistungen
Burgenland	36	1.088	92	85	1.311	3.400	598	1.656	392	298	1.229	330
Niederösterreich	166	5.959	406	623	5.917	19.702	3.283	7.036	2.946	2.148	8.687	2.483
Wien	12	4.012	244	132	5.763	22.110	4.255	8.146	6.580	5.661	19.550	4.325
Kärnten	54	2.408	214	159	2.445	6.822	1.311	5.001	750	919	2.960	889
Steiermark	123	4.480	481	420	4.662	14.199	2.769	7.224	2.005	2.062	7.005	1.807
Oberösterreich	127	6.514	491	560	5.104	16.550	2.945	6.194	2.062	2.079	7.436	2.032
Salzburg	60	2.501	202	221	2.578	7.974	1.945	5.552	950	1.282	4.039	1.279
Tirol	64	3.041	308	198	3.502	9.620	2.198	9.364	1.085	1.449	4.832	1.456
Vorarlberg	23	2.129	91	88	1.737	4.458	753	2.380	526	754	2.363	529
Praha	95	19.223	305	678	21.224	40.439	7.723	9.508	11.666	15.796	43.978	12.281
Střední Čechy	119	19.165	149	708	21.358	26.700	5.933	6.541	3.868	4.262	17.662	4.545
Jihozápad	120	17.482	222	627	18.313	25.120	4.412	7.886	2.880	3.410	15.544	3.883
Severozápad	.	12.786	179	650	15.373	22.978	3.745	6.533	2.289	3.499	13.010	3.147
Severovýchod	114	26.105	263	847	24.355	30.712	5.142	9.184	3.717	4.143	19.540	4.442
Jihovýchod	115	27.330	229	767	26.186	33.719	5.792	8.146	4.813	4.944	25.399	5.360
Střední Morava	77	20.414	280	525	18.159	23.686	4.412	6.186	3.001	2.910	15.203	3.201
Moravskoslezsko	.	14.658	133	479	14.021	22.345	3.588	5.199	2.665	2.963	14.961	3.300
Közép-Magyarország	137	21.915	320	842	25.724	59.012	13.482	10.061	21.899	18.653	55.077	19.834
Közép-Dunántúl	113	6.992	109	283	9.851	15.491	4.112	4.023	2.516	2.372	9.285	5.065
Nyugat-Dunántúl	108	6.326	109	322	8.607	15.159	3.738	4.319	2.138	3.039	8.694	4.403
Dél-Dunántúl	35	5.137	66	326	7.217	14.129	3.049	3.694	2.002	1.969	7.800	3.721
Észak-Magyarország	89	5.573	116	351	7.062	15.425	3.328	3.844	1.923	1.486	7.415	3.834
Észak-Alföld	49	6.853	123	519	8.932	21.353	4.472	4.386	2.284	2.178	9.364	5.328
Dél-Alföld	56	7.597	148	440	8.535	20.613	4.129	4.298	2.513	2.104	9.961	4.641
Braňslavský kraj	23	1.510	32	66	1.272	10.480	846	624	1.903	2.272	5.772	2.284
Západné Slovensko	35	3.792	63	215	1.949	10.178	1.859	1.025	654	1.119	2.271	1.072
Středné Slovensko	44	2.199	97	123	1.645	7.815	1.056	561	530	793	1.675	807
Východné Slovensko	37	1.642	65	48	1.732	7.779	1.073	604	583	880	1.519	753

Q: Eurostat 2008, WIFO-Darstellung.

Übersicht 3.2: Gewichte nach regionaler und sektoraler Gliederung

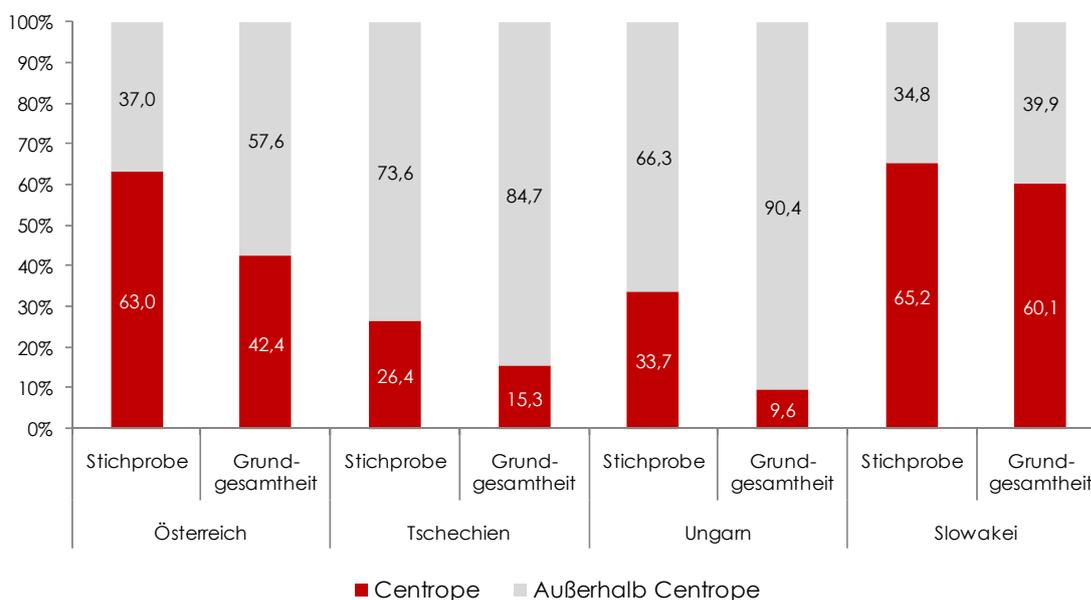
NUTS 2	Bergbau	Herstellung von Waren	Energieversorgung	Wasserversorgung	Bau	Handel; Instandhaltung und Reparatur	Verkehr und Lagerei	Beherrschung und Gastronomie	Information, Kommunikation	Grundstücks-, Wohnungswesen	Freiberufliche, wissenschaftliche, technische DL	Sonstige Dienstleistungen
Burgenland	36	121	31	85	39	243	35	127	30	99	112	41
Niederösterreich	166	298	102	312	228	985	99	243	123	165	334	124
Wien	12	23	35	15	84	106	58	49	69	377	241	17
Kärnten	.	268	214	159	50	455	101	135	50	92	228	81
Steiermark	123	747	160	420	126	1.014	146	201	223	229	412	129
Oberösterreich	127	724	123	560	119	447	147	182	147	260	413	156
Salzburg	.	192	40	.	66	307	97	139	136	160	289	107
Tirol	32	190	77	198	152	506	122	199	121	181	345	182
Vorarlberg	.	2.129	91	.	869	557	126	53	88	377	591	88
Praha	.	2.746	.	.	1.061	986	1.931	1.189	897	1.316	4.398	2.456
Střední Čechy	.	1.474	.	.	2.136	1.027	989	2.180	.	852	5.887	568
Jihozápad	120	407	.	.	631	534	368	394	960	213	2.591	259
Severozápad	.	1.598	.	.	1.398	1.768	312	3.267	2.289	700	2.602	525
Severovýchod	.	1.135	.	.	1.160	1.616	643	1.531	1.239	691	9.770	740
Jihovýchod	.	396	76	256	429	367	362	313	253	412	3.175	103
Střední Morava	.	1.201	.	525	2.018	1.247	368	687	1.000	1.455	7.602	1.601
Moravskoslezsko	.	1.832	.	.	935	972	598	2.600	1.333	593	2.137	1.100
Közép-Magyarország	.	664	160	421	989	729	793	838	912	1.332	1.343	735
Közép-Dunántúl	.	2.331	.	.	579	738	4.112	503	2.516	593	580	844
Nyugat-Dunántúl	108	63	109	81	110	70	110	70	143	152	111	183
Dél-Dunántúl	.	734	.	326	722	883	1.525	616	1.001	985	1.950	1.861
Észak-Magyarország	.	619	.	176	1.009	671	1.664	961	1.923	.	824	3.834
Észak-Alföld	.	685	.	.	1.276	1.017	1.491	1.097	.	436	2.341	1.776
Dél-Alföld	.	691	.	.	657	479	4.129	716	2.513	421	996	2.321
Bratislavský kraj	.	44	.	.	25	42	22	11	634	.	118	143
Západné Slovensko	.	49	.	.	63	221	26	20	55	.	34	63
Středně Slovensko	.	100	97	.	48	200	34	37	.	.	67	807
Východně Slovensko	.	68	.	48	56	46	268	.	.	.	72	.

Q: Eurostat 2008, AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

3.3 Struktur der Stichprobe

Die Konzentration auf grenznahe Gebiete wird durch die Gegenüberstellung der geographischen Struktur der Stichprobe mit der Grundgesamtheit verdeutlicht (Abbildung 3.2 und 3.3). So befinden sich in Österreich weniger als die Hälfte (42,4%) der Unternehmen im österreichischen Teil der CENTROPE-Region (Burgenland, Niederösterreich und Wien), in der Stichprobe liegen aber beinahe zwei Drittel der Betriebe (63,0%) in dieser Region. In Tschechien ist der Erfassungsgrad von Unternehmen der CENTROPE mit 26,4% in der Stichprobe beinahe doppelt so hoch wie in der Grundgesamtheit (15,3%). Am deutlichsten fällt die Schwerpunktsetzung in Ungarn aus, wo sich über ein Drittel (33,7%) der Unternehmen der Stichprobe, aber weniger als jede zehnte Firma der Grundgesamtheit (9,6%) ihren Standort im ungarischen Teil der CENTROPE-Region hat. In der Slowakei ist der Anteil der Unternehmen der Stichprobe innerhalb der CENTROPE nur geringfügig höher als bei allen Unternehmen. Da die regionale Einteilung der Grundgesamtheit nach NUTS-2-Regionen erfolgt, wird für die CENTROPE (für die Grundgesamtheit) in Tschechien, Ungarn und der Slowakei ein etwas zu großes Gebiet erfasst. Die Schwerpunktsetzung auf Unternehmen der CENTROPE-Region ist daher noch etwas akzentuierter als dies in Abbildung 3.2 dargestellt wird.

Abbildung 3.2: Anteil der Unternehmen nach Regionen



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

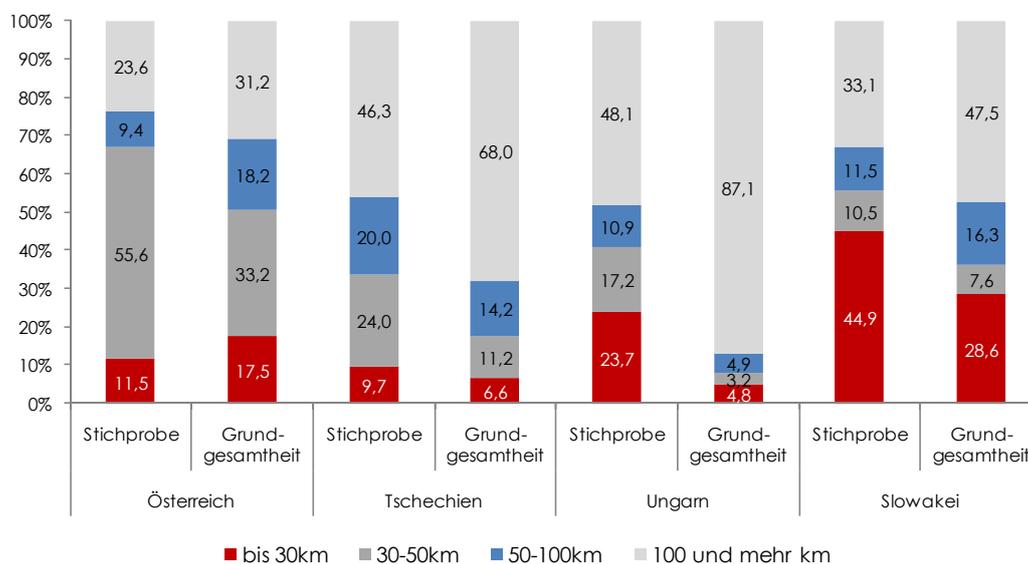
Wenn man die Entfernung der Unternehmen zur Grenze zwischen Österreich und den NMS des Untersuchungsraums betrachtet, wird die regionale Schwerpunktsetzung ebenso deutlich. Während nur jedes 20. Unternehmen in Ungarn (4,8%) weniger als 30 Kilometer von der österreichischen Grenze entfernt ist, machen diese sehr grenznahen Betriebe in der Stich-

probe beinahe ein Viertel aus (23,7%). Im österreichischen Teil der Stichprobe sind zwei von drei Unternehmen weniger als 50km von der Grenze entfernt, während dies nur für die Hälfte der Unternehmen der Grundgesamtheit zutrifft. Deutlich sichtbar ist die hohe Erhebungsdichte in Wien, das sich in einer Entfernung zwischen 30 und 50 Kilometer von der Grenze befindet und die Hälfte des österreichischen Teils der Stichprobe ausmacht. Die regionale Verteilung der Unternehmen in der Slowakei verdeutlicht, dass die wirtschaftlichen Aktivitäten im westlichen Teil des Landes konzentriert sind: Mehr als jedes zweite Unternehmen ist nahe der österreichischen Grenze (bis 100 Kilometer Entfernung) zu finden. Gänzlich anders gestaltet sich die Situation in Ungarn, wo nicht einmal jedes siebente Unternehmen nahe der österreichischen Grenze angesiedelt ist.

Abbildung 3.3 verdeutlicht auch das große Potential der Auswirkungen von institutionellen Rahmenbedingungen (wie das Auslaufen der Übergangsfristen): Mehr als die Hälfte aller Unternehmen liegen weniger als 50 Kilometer (Luftlinie) vom nächsten Grenzort zu den in dieser Studie behandelten Länder der NMS, beinahe sieben von zehn Unternehmen liegen weniger als 100 km vom nächsten Grenzort entfernt.¹⁰⁾ Obwohl der Marktradius bei der Entsendung von MitarbeiterInnen oft begrenzt ist, ist in Österreich der Anteil der Unternehmen in den entsprechenden Sektoren, deren Wettbewerbssituation durch das Auslaufen der Übergangsregelungen verschärft werden könnte, hoch.

Abbildung 3.3: Anteil der Unternehmen nach Entfernung zur Grenze

Luftlinienentfernung zwischen Unternehmen und nächstgelegenen Grenzort zwischen Österreich einerseits und Tschechien, Slowakei und Ungarn andererseits

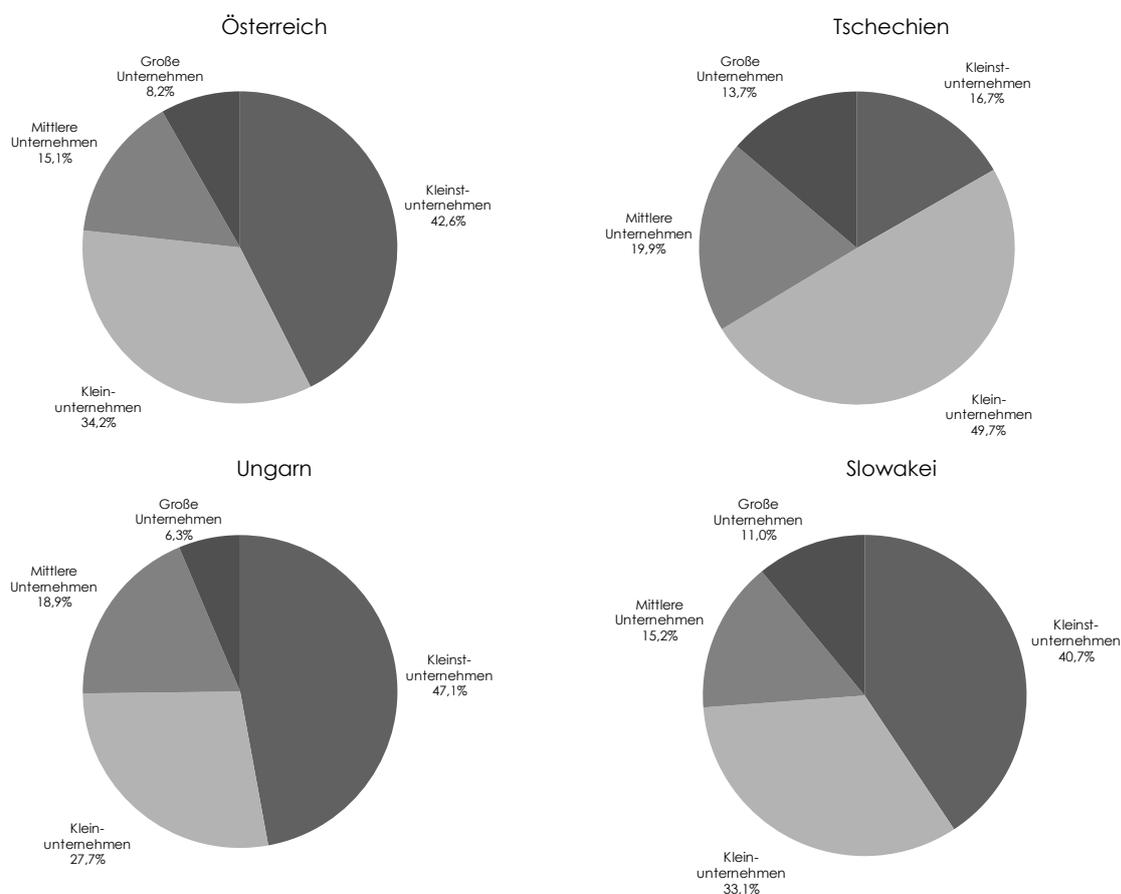


Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

¹⁰⁾ Diese Zahl wäre noch deutlich höher, wenn auch Slowenien in der Analyse berücksichtigt werden würde.

Obwohl die Zahl der großen Unternehmen aufgrund der Vorgaben des Samplingplans in der Stichprobe etwas überrepräsentiert ist, setzen sich die befragten Unternehmen vor allem aus Kleinst- und Kleinbetrieben zusammen. Werden die Unternehmen nach der Zahl der MitarbeiterInnen in Kleinst- (0-9 MitarbeiterInnen), Klein- (10-49), mittlere (50-249) und große Unternehmen eingeteilt, machen die Kleinst- und Kleinbetriebe in Österreich, der Slowakei und Ungarn über 70% der Stichprobe, in Tschechien immerhin etwa 65% der Stichprobe aus. Etwa neun von zehn Unternehmen des Datensatzes können zu kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) gezählt werden.

Abbildung 3.4: Anteil der Unternehmen nach Größe in den Ländern

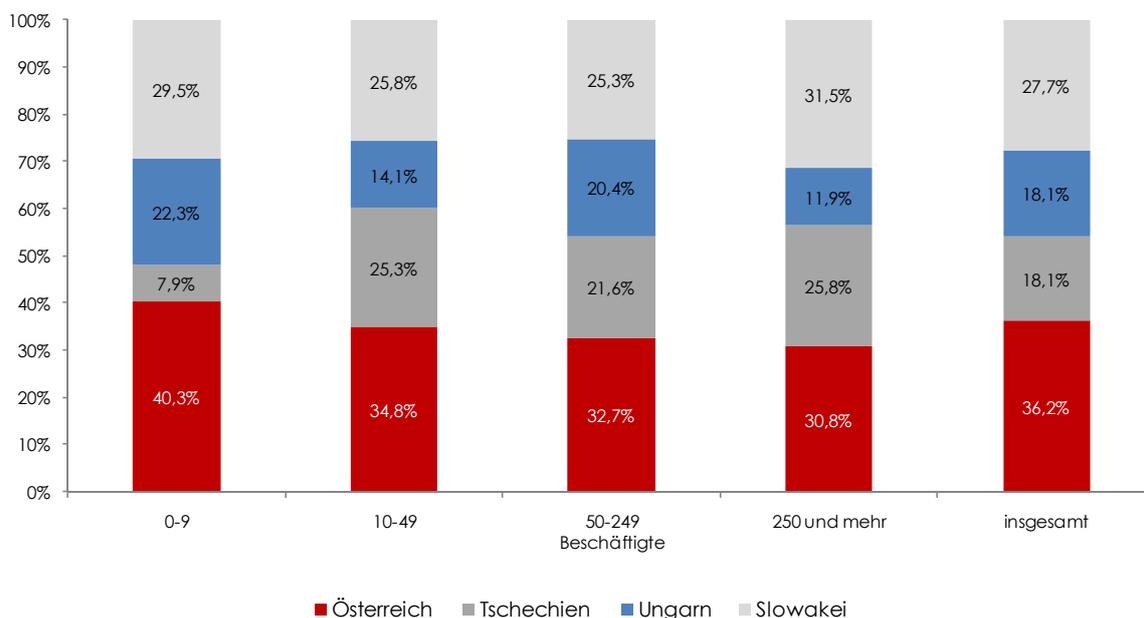


Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Die etwas unterschiedliche Größenstruktur wird auch in Abbildung 3.5 deutlich: Während ein knappes Fünftel der Unternehmen in der Stichprobe aus Tschechien stammt, liegt dieser Wert bei Kleinstunternehmen bei weniger als einem Zehntel (7,9%), während unter den kleinen und großen Unternehmen der Anteil tschechischer Unternehmen mehr als ein Viertel beträgt. Österreichische und ungarische Unternehmen sind bei Kleinstbetrieben (0-9 MitarbeiterInnen) etwas über- und bei großen Unternehmen (mit 250+ Beschäftigten) unterrepräsentiert. Die

von den anderen Ländern etwas abweichende Unternehmensstruktur Tschechiens im Datensatz spiegelt jedoch nicht tatsächliche Unterschiede zwischen den Ländern wider. Nach der strukturellen Unternehmensstatistik (Eurostat, 2008) – auf deren Basis die Gewichtung vorgenommen wurde – beträgt die durchschnittliche Unternehmensgröße in Tschechien ebenso wie in Ungarn ungefähr vier MitarbeiterInnen und liegt damit deutlich unter der durchschnittlichen Größe österreichischer (7 Beschäftigte) und slowakischer Unternehmen (13 Beschäftigte).

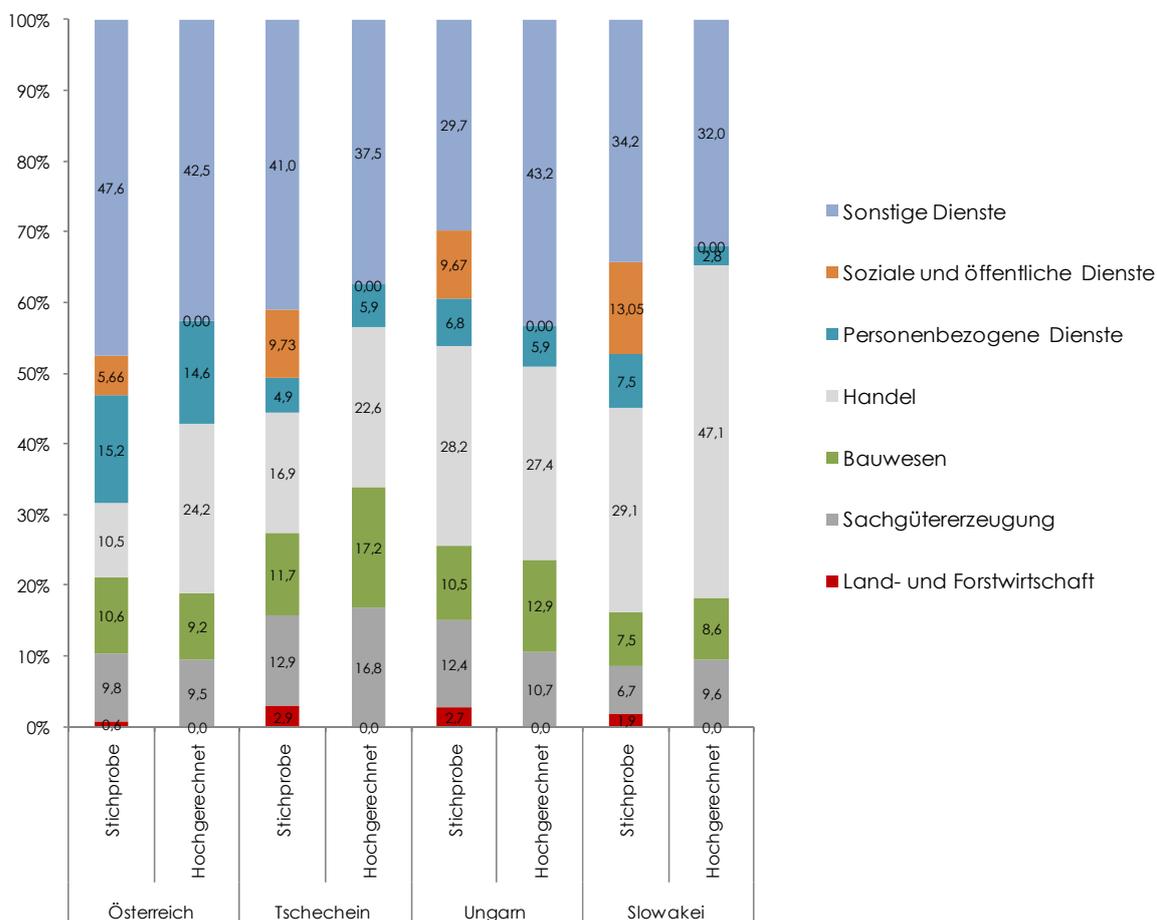
Abbildung 3.5: Verteilung der Unternehmen nach Größe und Ländern



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Abbildung 3.6 zeigt die sektorale Schwerpunktsetzungen in der Datenerhebung, aber auch die Schwierigkeiten bei der Gewichtung und Hochrechnung der Daten: Da in der strukturellen Unternehmensstatistik soziale und öffentliche Dienste sowie die Land- und Forstwirtschaft nicht erfasst sind, können für diese Branchengruppen keine Gewichte berechnet werden. In den hochgerechneten Daten erscheinen diese Branchengruppen daher nicht mehr auf. Im Vergleich zwischen der Größe der Sektoren in der Stichprobe und den hochgerechneten Werten ist ersichtlich, dass sonstige Dienstleistungen (außer in Ungarn) überdurchschnittlich stark, und der Handel vergleichsweise unterdurchschnittlich erfasst wurde. Die tschechische Wirtschaft ist etwas weniger stark tertiärisiert als die Ökonomien der anderen Länder: Während mehr als jedes dritte Unternehmen in Tschechien der Sachgütererzeugung oder der Bauwirtschaft zugeordnet werden kann, ist dies nur für jedes vierte Unternehmen in Ungarn und etwa jedes fünfte in Österreich und der Slowakei der Fall.

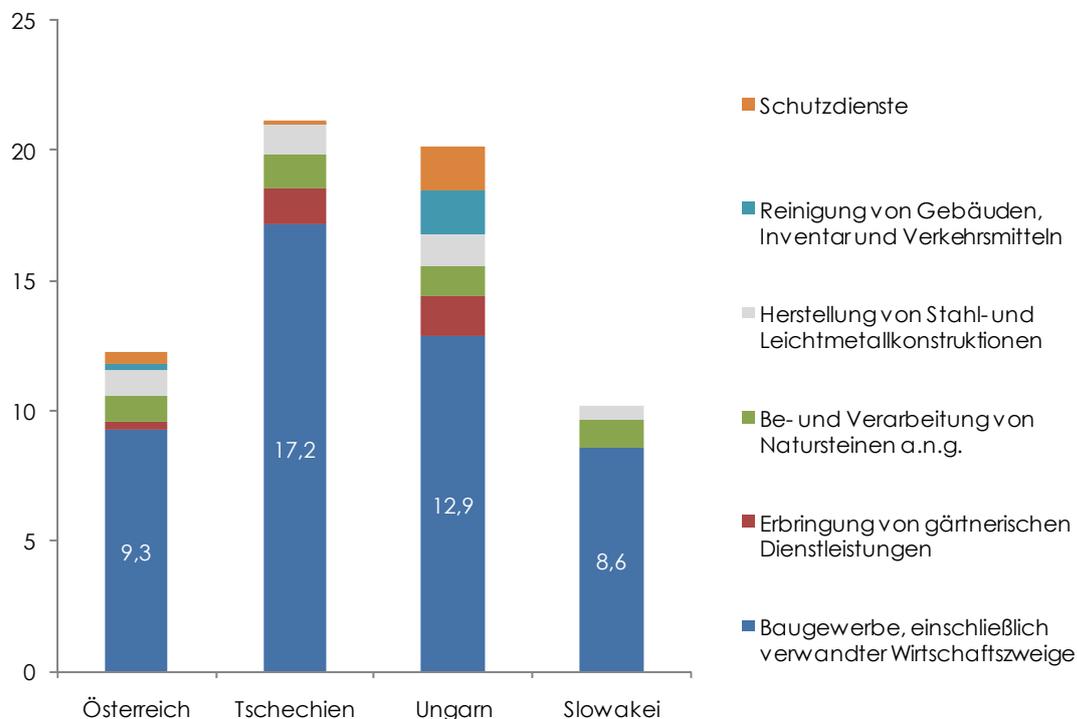
Abbildung 3.6: Anteil der Unternehmen nach Sektoren



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. Unter Sachgütererzeugung sind die Bereiche Bergbau, verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren, die Energie- und die Wasserversorgung zusammengefasst. Personenbezogene Dienste beinhalten die Bereiche Gastgewerbe, Beherbergung, Gastronomie und Private Haushalte mit Hauspersonal. Soziale und öffentliche Dienste umfassen die Öffentliche Verwaltung und Landesverteidigung, Erziehung und Unterricht, exterritoriale Organisationen und Körperschaften und das Gesundheits- und Sozialwesen. Alle anderen Dienstleistungsbranchen sind unter "sonstige Dienste" zusammengefasst.

In Abbildung 3.7 ist die Bedeutung der von den Übergangsfristen betroffenen Branchen ersichtlich. Da es sich um hochgerechnete Werte handelt, können das Sozialwesen und die Hauskrankenpflege nicht berücksichtigt werden. Der Anteil der von den Übergangsregeln erfassten Unternehmen liegt in der Slowakei bei 10,2%, in Österreich bei 12,3% und in Tschechien und Ungarn bei über 20%. Es zeigt sich, dass das Bauwesen die mit Abstand wichtigste Branche ist, die von den Übergangsfristen betroffen ist: Etwa drei Viertel der beschränkten Betriebe sind Bauunternehmen. Die Zahl der Unternehmen in den anderen beschränkten Branchen ist hingegen deutlich geringer.

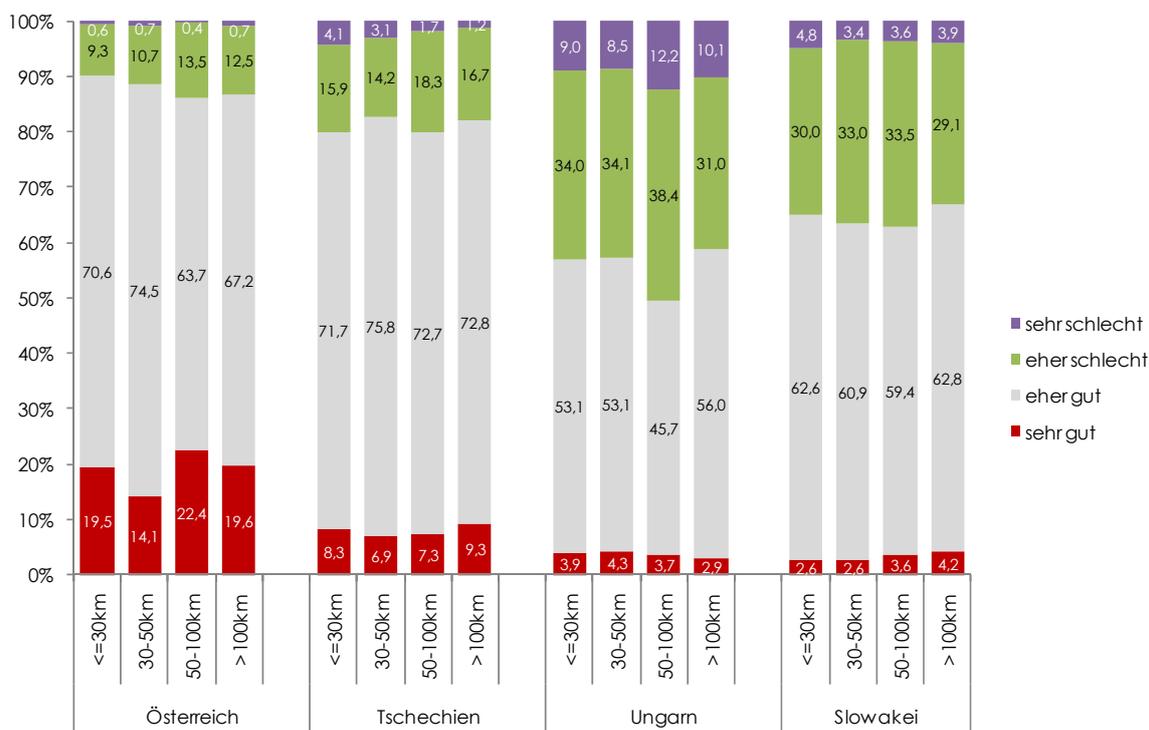
Abbildung 3.7 Bedeutung der von den Übergangsfristen betroffenen Sektoren (gewichtet)



Analysiert man die Selbsteinschätzung der Unternehmen der Stichprobe zu der derzeitigen wirtschaftlichen Situation des Betriebes, finden sich keine systematischen Unterschiede zwischen Unternehmen in Grenznähe und Betrieben mit großer Entfernung zu der "ökonomischen Bruchlinie" zwischen Österreich und den NMS. Es finden sich aber große Unterschiede zwischen den Ländern: Unter den österreichischen Unternehmen ist die Stimmung deutlich optimistischer als in den anderen Staaten. Etwa 17% der befragten Unternehmen (nicht hochgerechnet) bezeichnen ihre wirtschaftliche Situation als "sehr gut", 88% der Betriebe beschreiben ihre Situation als zumindest "gut". Hingegen bezeichnet nur jedes neunte Unternehmen seine Situation als "schlecht", und gar nur jeder 150. Betrieb gibt an, die wirtschaftliche Situation des Betriebs wäre "sehr schlecht". Am pessimistischsten ist die Einschätzung ungarischer Unternehmen, wo jeder dritte Betrieb die wirtschaftliche Situation als "eher schlecht" und jedes zehnte Unternehmen die Situation als "sehr schlecht" bezeichnet. Der Anteil der Betriebe mit einer positiven Beurteilung der wirtschaftlichen Situation (zumindest "eher gut") liegt mit 57% nur knapp über der Hälfte und somit ungewöhnlich niedrig. Ähnlich negativ fällt die Selbstbeurteilung in der Slowakei aus, wo etwa ein Drittel der Unternehmen ihre wirtschaftliche Situation als zumindest "eher schlecht" bezeichnet. Die Einschätzung tschechischer Unternehmen fällt demgegenüber relativ optimistisch aus: Nur 18% der befragten Betriebe bezeichnen ihre wirtschaftliche Verfassung als "eher" oder "sehr schlecht", demgegenüber bezeichnen mit 8%

ein doppelt so großer Anteil als in Ungarn und der Slowakei die Situation der Firma als "sehr gut".

Abbildung 3.8: Wirtschaftliche Situation des Betriebes in Abhängigkeit der Entfernung zur Grenze (nicht hochgerechnet)



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

3.4 Internationalisierungsaktivitäten und Entfernung zum Zielmarkt

In der theoretischen Literatur über Internationalisierungsbestrebungen von Unternehmen werden als wichtige Bestimmungsgründe für internationale Aktivitäten geographische, psychologische und/oder kulturelle Nähe zwischen dem Herkunftsland eines Unternehmens und dem potentiellen Zielmarkt angeführt (Brouthers - Brouthers, 2003, S. 1.185 f.). So reduziert "kulturelle Nähe" (etwa: gleiche Sprache, ähnliche gesetzliche Regelungen) Verhaltensunsicherheit und eine geringere geographische Distanz die Höhe der Transportkosten für den Export. Der Datensatz wird daher mit Variablen, die die geographische und kulturelle Nähe zwischen Herkunftsland bzw. Herkunftsregion des Unternehmens und dem (potentiellen) Zielland von Internationalisierungsaktivitäten, verknüpft.

Als erste Maßzahl für die Entfernung dient jene geographische Nähe, die durch die Luftlinienentfernung zwischen den Herkunftsregionen (für Österreich Bezirke, für die anderen Länder vergleichbare Verwaltungseinheiten) und den Hauptstädten der (potentiellen) Zielländer gemessen wird. Die geographische Entfernung wird als Indikator für die Höhe der Transport-

kosten (beim Export) bzw. für die Kosten des "Monitoring" ("Kontrollkosten") bei Niederlassungen oder Joint Ventures) betrachtet. Die Entfernungen sind in Übersicht 3.3 beispielhaft für die Hauptstadtregionen des Untersuchungsraumes abgebildet.

Als eine Maßzahl für psychologische oder kulturelle Nähe wird die Zahl der ImmigrantInnen aus den potentiellen Zielländern der Internationalisierung verwendet: Eine größere Zahl an MigrantInnen erleichtert die Informationsbeschaffung über die entsprechenden Zielregionen und kann dadurch Unsicherheiten reduzieren, die mit internationalen Aktivitäten verbunden sind. Ebenso wäre denkbar, dass MigrantInnen ihren Informationsvorsprung über ihr Herkunftsland ausnutzen, um mit eigenen Unternehmen die Märkte ihrer Herkunftsländer zu bearbeiten. Daten zu Migrationsbewegungen stammen vom European Labour Force Survey aus dem Jahr 2007 und werden auf NUTS-2-Ebene ausgewiesen. Die Anzahl der MigrantInnen (Bestandsgröße) wird mit der Gesamtbevölkerung der NUTS-2-Region in Verhältnis gesetzt.¹¹⁾ In Übersicht 3.3 werden die Anteile der MigrantInnen aus den potentiellen Zielländern der Internationalisierungsaktivitäten exemplarisch für die Hauptstadtregionen Wien, Prag, Budapest und Bratislava ausgewiesen. In Wien stellen die in Serbien geborenen MigrantInnen mit 4,89% der Wohnbevölkerung die größte Gruppe, der Anteil an deutschen und polnischen MigrantInnen liegt mit etwa 2% deutlich darunter. Die Gruppen der MigrantInnen aus den für Wien näher gelegenen Ländern der CENTROPE-Region (Tschechien, Ungarn und Slowakei) sind mit 0,6% bis 0,8% hingegen deutlich kleiner. In den Hauptstadtregionen der NMS ist der Anteil der MigrantInnen viel geringer: In Budapest stellen lediglich rumänische (mit 1,36%), in Prag slowakische (mit 0,75%) und in Bratislava tschechische MigrantInnen (mit 0,69%) einen nennenswerten Anteil an der Gesamtbevölkerung.

Als weitere Maßzahl für kulturelle Nähe wird ein zusammengesetzter Index der kulturellen Entfernung zwischen Herkunfts- und Zielländer gebildet, wie er von *Blomstermo et al.* (2006) und *Kogut - Singh* (1988) verwendet wird. Dieser zusammengesetzte Index ist eine Kombination aus vier Indizes, die von *Hofstede* (1980) entwickelt wurden. Die verwendeten Variablen sind ein "Power Distance Index" (PDI), Variablen zu "Individualism" (IDV) und "Masculinity" (MAS), sowie ein "Uncertainty Avoidance Index" (UAI). Der Power Distance Index bestimmt sich durch das Ausmaß, inwieweit Mitglieder der Gesellschaft, die wenig Macht besitzen, die ungleiche Verteilung von Macht innerhalb der Gesellschaft und innerhalb von Institutionen akzeptieren. Die Variable Individualismus drückt hingegen aus, wie stark Individuen für sich selbst sorgen müssen, und diese Verantwortung nicht von Gruppen (z.B. der Großfamilie) übernommen wird. Der Ausdruck Masculinity bezieht sich auf die (Unterschiede in der) Verteilung der Rollen zwischen den Geschlechtern. Der Uncertainty Avoidance Index misst, in welchem Ausmaß eine Gesellschaft neue, überraschende und unbekanntere Situationen zulässt bzw. ob dage-

¹¹⁾ Informationen zur Bevölkerung in den NUTS-2-Regionen stammen von Eurostat aus dem Jahr 2011 und beziehen sich auf die Bevölkerung im Jahr 2007.

gen Maßnahmen (etwa Regeln) gesetzt werden, um das Eintreten unbekannter Situationen zu minimieren.¹²⁾

Der Index wird wie folgt gebildet:

$$CD_{hz} = \sum_{i=1}^4 \frac{(I_{iz} - I_{ih})^2}{4 V_i}$$

$I_{iz} - I_{ih}$ ist die Differenz der Werte für den i -ten der vier oben beschriebenen Indizes zwischen dem Zielland z und dem Herkunftsland h (Österreich, Tschechien, Ungarn oder die Slowakei). V_i ist die Varianz von I_i über alle Zielländer, wodurch Unterschiede in der Skalierung korrigiert werden.

Der Index für kulturelle Distanz verortet Deutschland, die Schweiz und Italien als kulturell deutlich näher zu Österreich als die nordöstlichen oder südöstlichen Nachbarländer (Übersicht 3.3). Der Index für kulturelle Distanz nimmt für die Slowakei tendenziell höhere Werte an als für Österreich, Tschechien oder Ungarn. Insgesamt fließt eine Vielzahl an Aspekten in den hier verwendeten zusammengesetzten Index der kulturellen Nähe ein. Der Index sollte daher die tatsächliche kulturelle Entfernung besser abbilden als Einzelindikatoren (wie z.B. die gleiche Sprache). Der Nachteil zusammengesetzter Indices besteht allerdings darin, dass einzelne Werte (wie z.B. die große kulturelle Distanz zwischen Tschechien und der Slowakei) manchmal schwierig nachvollzogen werden können.

¹²⁾ Aktuelle Indexwerte sowie eine genaue Definition der Indizes sind auf der Homepage von Geert Hofstede (<http://www.geert-hofstede.com/>) erhältlich (abgerufen am 31. Jänner 2011).

Übersicht 3.3: Räumliche und kulturelle Nähe

Zielland	Hauptstadt	Entfernung (km)				Kulturelle Distanz				Migration (in % der Wohnbevölkerung)			
		Wien	Prag	Budapest	Bratislava	Österreich	Tschechien	Ungarn	Slowakei	Wien	Prag	Budapest	Bratislava
Tschechien	Prag	253	0	447	292	0,98	0,00	0,85	2,42	0,79	0,00	0,02	0,69
Ungarn	Budapest	215	445	0	160	1,04	0,85	0,00	2,72	0,76	0,04	0,00	0,04
Slowakei	Bratislava	58	292	161	0	3,77	2,42	2,72	0,00	0,66	0,75	0,13	0,00
Slowenien	Ljubljana	278	449	380	308	0,13	.	0,00	.
Russland	Moskau	1.669	1.668	1.570	1.628	3,85	1,25	3,29	4,00	0,62	0,33	0,03	0,04
Polen	Warschau	555	518	546	530	1,68	0,35	0,80	2,77	2,05	0,06	0,06	0,06
Deutschland	Berlin	523	279	691	553	0,40	0,33	0,60	2,83	1,99	0,10	0,06	.
Italien	Rom	767	925	809	787	0,92	0,33	0,19	2,58	0,13	0,05	.	.
Schweiz	Bern	684	621	878	740	0,46	0,53	0,74	2,65	0,11	0,02	.	0,03
Österreich	Wien	0	253	216	58	0,00	0,98	1,04	3,77	0,00	0,01	0,02	0,03
Rumänien	Bukarest	856	1.081	641	802	3,57	1,25	3,46	3,57	0,87	.	1,36	.
Bulgarien	Sofia	818	1.067	628	775	2,51	0,85	3,02	3,74	0,24	0,06	0,01	0,05
Ukraine	Kiew	1.053	1.143	899	1.001	0,17	0,48	0,17	0,04
Frankreich	Paris	1.033	882	1.245	1.091	2,09	0,36	1,10	3,58	0,20	0,04	0,03	0,04
Großbritannien	London	1.235	1.032	1.451	1.290	2,07	2,09	2,02	3,71	0,13	0,05	0,01	.
Niederlande	Amsterdam	936	710	1.148	987	2,74	1,61	3,00	6,04	0,10	.	0,00	.
Serbien	Belgrad	490	741	314	449	4,89	.	.	.
Kroatien	Zagreb	268	490	299	275	0,87	0,06	0,01	.

Q: European Labour Force Survey 2007, Eurostat 2011, <http://www.geert-hofstede.com/> 2011, WIFO-Berechnungen.

4. Auslandsaktivitäten der Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei

In diesem Kapitel wird das derzeitige Internationalisierungsverhalten der Unternehmen aus den neuen Mitgliedstaaten Tschechien, Ungarn und der Slowakei sowie deren Expansionspläne auf neue, bisher nicht bearbeitete ausländische Märkte untersucht. In der Analyse wird ein Schwerpunkt auf die (bereits erfolgten bzw. geplanten) Internationalisierungsschritte nach Österreich gelegt. Weiters fließen in die Untersuchung Informationen über die Standorte der Unternehmen ein, indem die Entfernung zur österreichischen Grenze berücksichtigt wird, und ob sich ihr Standort innerhalb der CENTROPE-Region befindet. Da sich die Internationalisierungsneigung zwischen Unternehmen verschiedener Sektoren erheblich unterscheidet, wird die Branchenzugehörigkeit der Unternehmen in der Darstellung berücksichtigt. Insbesondere wird unterschieden, ob ein Unternehmen zu einer Branchengruppe gehört, die den Übergangsfristen unterworfen ist, oder ob bereits vor April 2011 die Entsendung von Arbeitskräften nach Österreich uneingeschränkt möglich ist.

Österreich stellt für Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei nach Deutschland das zweitwichtigste Zielland internationaler Aktivitäten dar. Ende 2010 bearbeiteten bereits 5,2% der Betriebe aus den untersuchten Branchen (etwa 83.000 Unternehmen) den österreichischen Markt, weitere 4,0% (etwa 63.000 Unternehmen) planen ihr Marktgebiet in den nächsten 5 Jahren nach Österreich zu erweitern. Somit planen mehr Unternehmen ihr Marktgebiet nach Österreich zu erweitern, als in jedes andere der abgefragten Zielländer. In Regionen nahe der österreichischen Grenze ist sowohl der Anteil der Unternehmen, die bereits in Österreich tätig sind, als auch derer, die eine grenzüberschreitende Marktausweitung planen, deutlich größer.

Bei den ökonometrischen Schätzungen zum Internationalisierungsverhalten zeigt sich, dass die Unternehmensgröße und die (Internationalität der) Eigentümerstruktur die wichtigsten betrieblichen Determinanten der Auslandsorientierung darstellen. Bei bereits durchgeführten Internationalisierungsschritten und bei Expansionsplänen gibt es große Unterschiede zwischen den Sektoren, wobei die Sachgütererzeugung besonders "internationalisierungsfreudig" ist. Unternehmen aus Branchen, die bis April 2011 den Übergangsfristen unterliegen, weisen eine geringere Auslandsorientierung auf als die nicht von den Übergangsregelungen betroffenen Bereiche, haben aber häufiger Expansionspläne nach Österreich. Für die Unternehmen, die eine Ausweitung ihres Marktgebiets nach Österreich planen und bis April 2011 durch die Übergangsregelungen begrenzt sind, nennen drei Viertel die höheren Preise im Zielland als wichtiges Motiv für ihre Expansionspläne, während mehr als jedes vierte Unternehmen das Auslaufen der Übergangsfristen als wichtigen Grund für ihre Pläne angibt.

Dieses Kapitel ist so strukturiert, dass das gegenwärtige Internationalisierungsverhalten (Kapitel 4.1) und die Expansionspläne (Kapitel 4.2) getrennt untersucht werden. Die beiden Kapitel 4.1 und 4.2 sind jeweils so aufgebaut, dass zuerst die Daten deskriptiv ausgewertet werden und im Anschluss die Analyse mit ökonometrischen Schätzungen abgerundet wird. Bei den

deskriptiven Darstellungen werden – sofern nichts Gegenteiliges angegeben wird – die gewichteten Werte der Stichprobe verwendet (zur Gewichtung siehe Kapitel 3.2). Bei der ökonomischen Schätzung ist eine Gewichtung hingegen nicht notwendig, da die Schichtungskriterien (Herkunftsregion, Sektorzugehörigkeit und Größe der Unternehmen) in den Schätzungen berücksichtigt werden können.

4.1 Derzeitiges Internationalisierungsverhalten

Stilisierte Fakten

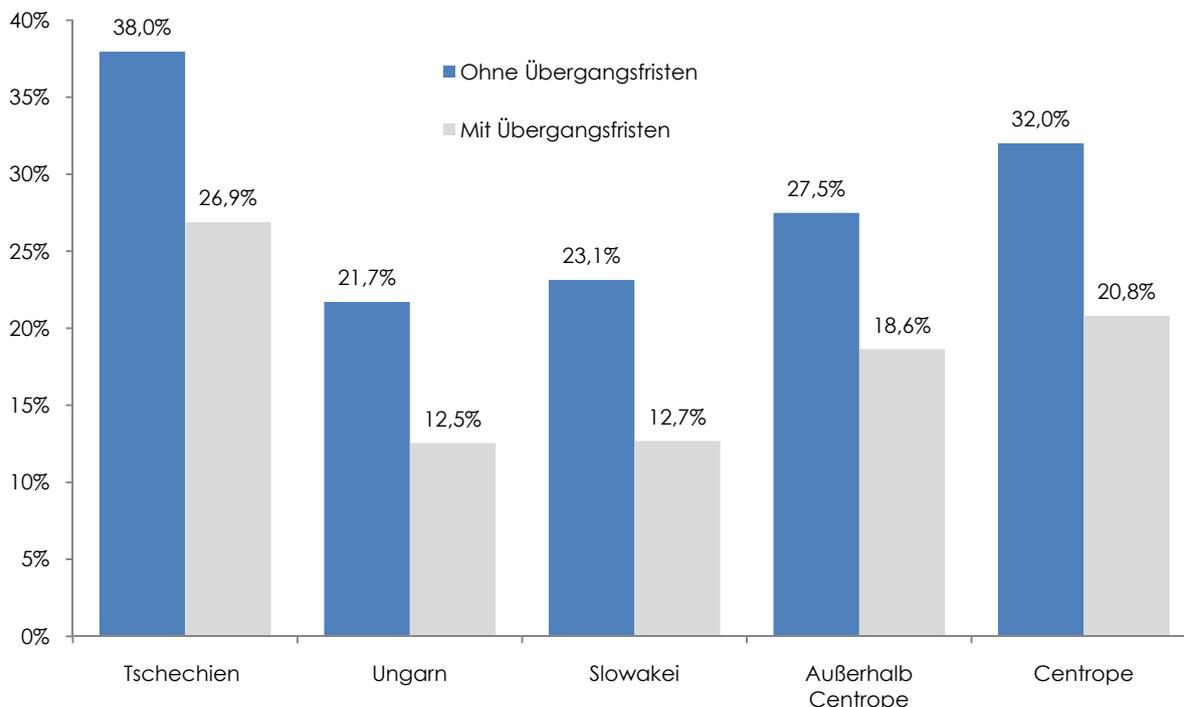
Ungeachtet ihrer Geschichte sind Unternehmen aus Tschechien, der Slowakei und Ungarn zu einem beträchtlichen Ausmaß international tätig, auch und vor allem in den alten EU-Mitgliedstaaten Deutschland und Österreich. Ein Unternehmen gilt dann als "international tätig" wenn Teile des Umsatzes auf ausländischen Märkten erwirtschaftet werden. 28,2% der Unternehmen aus den genannten angrenzenden Staaten erzielen ihren Umsatz zum Teil abseits ihres Heimmarktes. Jene Unternehmen, die auf Auslandsmärkten aktiv sind, machen einen Umsatz von durchschnittlich 2,6 Mio. Euro außerhalb ihres Binnenmarktes. Diese Unternehmen erzielen somit durchschnittlich mehr als ein Drittel (36,1%) ihres Umsatzes im Ausland. Die Auslandsaktivitäten sind für die Herkunftsländer Tschechien, Ungarn und die Slowakei ökonomisch höchst relevant, ebenso wie für die Zielländer der Internationalisierung, wo diese Unternehmen als zusätzliche Konkurrenten zu einem schärferen Wettbewerb beitragen können.

Die drei Nachbarstaaten unterschieden sich in der Internationalisierungsneigung der Unternehmen allerdings beträchtlich: Während in Tschechien mit 35,6% mehr als jedes dritte Unternehmen auf Auslandsmärkten aktiv ist, liegt der Internationalisierungsgrad slowakischer (mit 20,8%) und ungarischer Betriebe (mit 17,6%) signifikant darunter. In Abbildung 4.1 ist die Internationalisierungsneigung der Unternehmen für jene Branchen, deren Entsendung durch die Übergangsfristen beschränkt ist, extra ausgewiesen. Die Internationalisierungsneigung unter Unternehmen, die nicht den Übergangsregelungen unterliegen, ist um etwa 10 Prozentpunkte höher, als bei Unternehmen, die von den Übergangsfristen betroffen sind. In welchem Ausmaß der Unterschied kausal auf die Existenz der Übergangsfristen zurückgeführt werden kann, ist zunächst noch unklar. Unabhängig von Beschränkungen der internationalen Aktivitäten weist die Bauwirtschaft (als größter von den Übergangsregeln betroffener Bereich) generell eine niedrige Internationalisierungsneigung auf. Es wird in weiterer Folge aber gezeigt, dass die Branchen, für die Übergangsfristen gelten, tendenziell einen kleineren Marktradius haben und Auslandsaktivitäten mit zunehmender Entfernung zum Zielmarkt stärker abnehmen als bei anderen Sektoren.

Wenn die Unternehmen nicht nach den Herkunftsländern untergliedert werden, sondern ob sie sich innerhalb der CENTROPE-Region befinden, bleibt die Schlussfolgerung (qualitativ) gleich: Der Anteil der Unternehmen, die Teile ihres Umsatzes im Ausland erwirtschaften, ist unter den Sektoren, die nicht von den Beschränkungen erfasst werden, um etwa die Hälfte

höher. Unternehmen innerhalb der CENTROPE-Region weisen eine etwas höhere Internationalisierungsneigung auf, was aufgrund der Nähe zu den Landesgrenzen nicht Überrascht.

Abbildung 4.1: Internationalisierungsneigung nach Regionen



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

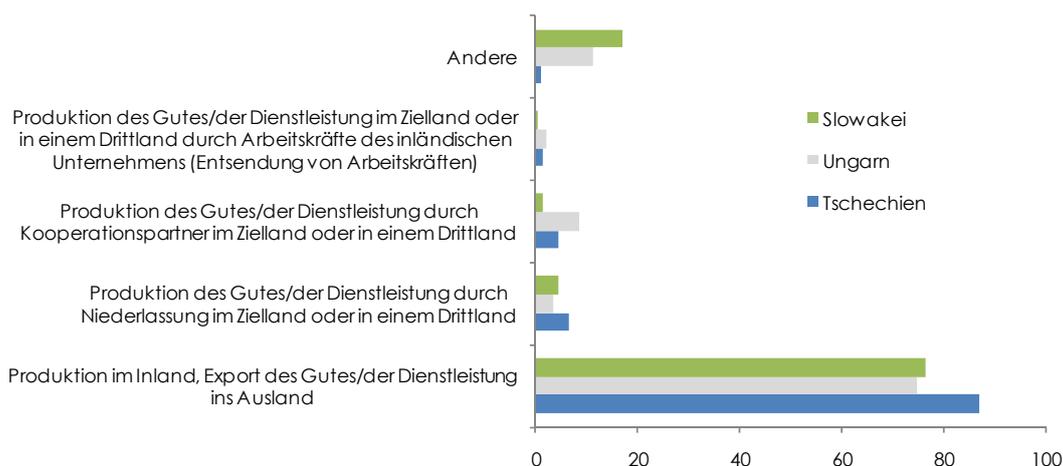
Obwohl tschechische Unternehmen eine höhere Auslandsorientierung aufweisen als ungarische und slowakische, ist der Umfang der Auslandsaktivitäten in den letzten beiden Ländern etwas höher. Der Anteil der im Ausland erwirtschafteten Umsätze (unter den Unternehmen, die auf Auslandsmärkten tätig sind) liegt bei ungarischen und slowakischen Unternehmen mit 41,6% (Ungarn) und 44,6% (Slowakei) höher als bei tschechischen Betrieben, die etwa ein Drittel (33,4%) ihres Umsatz außerhalb des Heimmarktes erwirtschaften. Gliedert man den Auslandsumsatz nach der Form der Umsatzerzielung so wird deutlich, dass die Produktion des Gutes oder der Dienstleistung im Inland mit anschließendem Export für den Großteil des Umsatzes auf Auslandsmärkten verantwortlich ist (Abbildung 4.2). Im Durchschnitt entfällt etwa drei Viertel des Auslandsumsatzes slowakischer und ungarischer Unternehmen auf diese Erbringungsform, bei tschechischen Unternehmen liegt dieser Anteil mit 87,0% sogar noch merklich höher. Der Unterschied zwischen den Ländern ergibt sich aber zum Überwiegenden Teil durch "andere Erbringungsformen", auf die in Ungarn und der Slowakei 11,2% bzw. 17,2%, in Tschechien jedoch nur 0,9% entfallen. Die durchschnittliche Größe des Restpostens "andere Erbringungsformen" bestimmt sich beinahe ausschließlich durch eine kleine Zahl an Unterneh-

men, die ihren gesamten Auslandsumsatz durch "andere Erbringungsformen" erzielen. Die Differenzen zwischen den Ländern bei dieser Antwortkategorie spiegeln daher eher Unterschiede in der Beantwortungsmoral der Unternehmen bzw. in der Qualität der Datenerhebung wider als tatsächliche Unterschiede im Internationalisierungsverhalten.

Die Unternehmen erwirtschaften insgesamt etwas mehr als ein Zehntel ihres Auslandsumsatzes durch Niederlassungen (5,6%) oder Kooperationen (5,3%).¹³⁾ In beiden Fällen ist die Produktion direkt im Zielland die wichtigere Erbringungsform, die Herstellung des Gutes bzw. der Dienstleistung durch eine Niederlassung oder Kooperation in einem Drittland mit anschließendem Export ins Zielland ist nur für einen sehr kleinen Teil des Auslandsumsatzes verantwortlich. Für tschechische und ungarische Unternehmen ist die Erbringung über Auslandsniederlassungen/-kooperationen wichtiger als für slowakische Betriebe. Die Entsendung von Arbeitskräften ins Zielland bzw. in ein Drittland (mit anschließendem Export ins Zielland) spielt mit einem Anteil am Gesamtumsatz von 1,5% hingegen nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Abbildung 4.2: Verteilung des Auslandsumsatzes nach Formen der Umsatzerzielung

Anteile in %



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen, die international tätig sind, WIFO-Berechnungen.

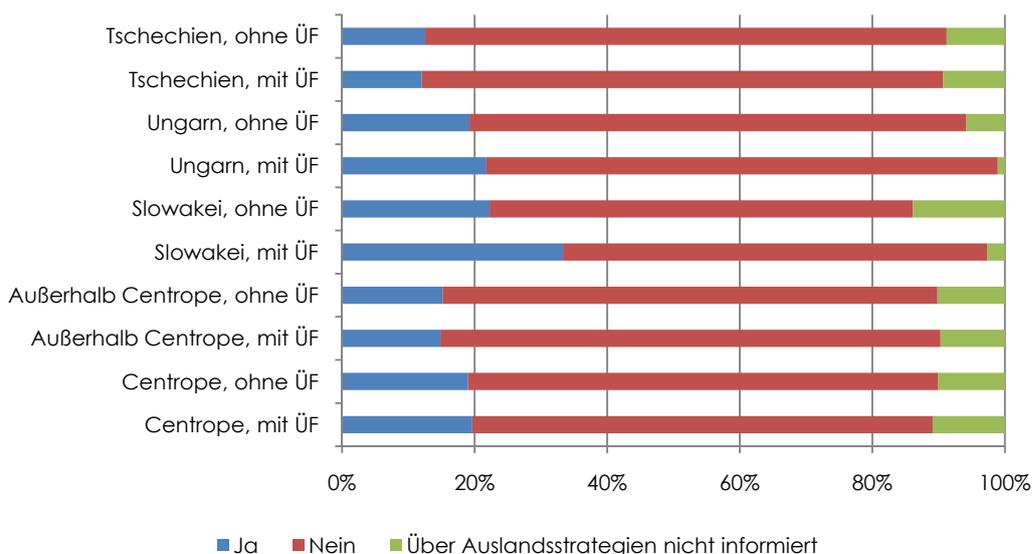
Trotz beträchtlicher internationaler Orientierung überwiegt in allen drei Ländern der Anteil der Unternehmen, die nicht auf Auslandsmärkten tätig sind. Abbildung 4.3 zeigt von den Betrieben, die derzeit nur am Heimmarkt tätig sind, ob eine Expansion auf Auslandsmärkte grundsätzlich denkbar ist. Der Anteil jener Unternehmen, für die Auslandsaktivitäten denkbar sind, liegt in Tschechien bei 12,4%, Ungarn 19,8% und Slowakei 23,5%. Die Unternehmen aus der Tschechischen Republik schaffen es zu einem deutlich größeren Ausmaß, ihr Internationalisie-

¹³⁾ Unter dem Begriff "Kooperationen" werden Kooperationen mit Kapitalbeteiligungen (Joint Ventures), vertragliche Kooperationen (Subcontracting, Franchising) und andere dauerhafte Kooperationen zusammengefasst.

rungspotential auch tatsächlich in grenzüberschreitende Expansionsschritte umzusetzen. Unterteilt man den Untersuchungsraum in Regionen innerhalb und außerhalb der CENTROPE, so ist der Anteil der internationalisierungsbereiten Unternehmen innerhalb der CENTROPE mit 19,1% um vier Prozentpunkte höher als außerhalb dieser grenzüberschreitenden Region. Wenngleich innerhalb der CENTROPE die Unternehmen zu einem höheren Maß internationalisiert sind, ist das Potential für weitere Expansionspläne immer noch höher als außerhalb dieses Raumes. Obwohl Unternehmen aus Sektoren, die nicht den Übergangsfristen unterworfen sind, eine größere Internationalisierungsneigung aufweisen (Abbildung 4.1), sind unter den nur im Inland tätigen Betrieben zwischen diesen beiden Gruppen für Tschechien und Ungarn keine maßgeblichen Unterschiede feststellbar. In der Slowakei ist das Internationalisierungspotential unter den Unternehmen, die den Übergangsfristen unterworfen sind, mit 33,3% allerdings um über 10 Prozentpunkte höher als bei jenen, für die die Entsendung von Arbeitskräften auch vor dem April 2011 ohne Einschränkungen möglich war.

Abbildung 4.3: Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich vorstellbar

Anteile in %

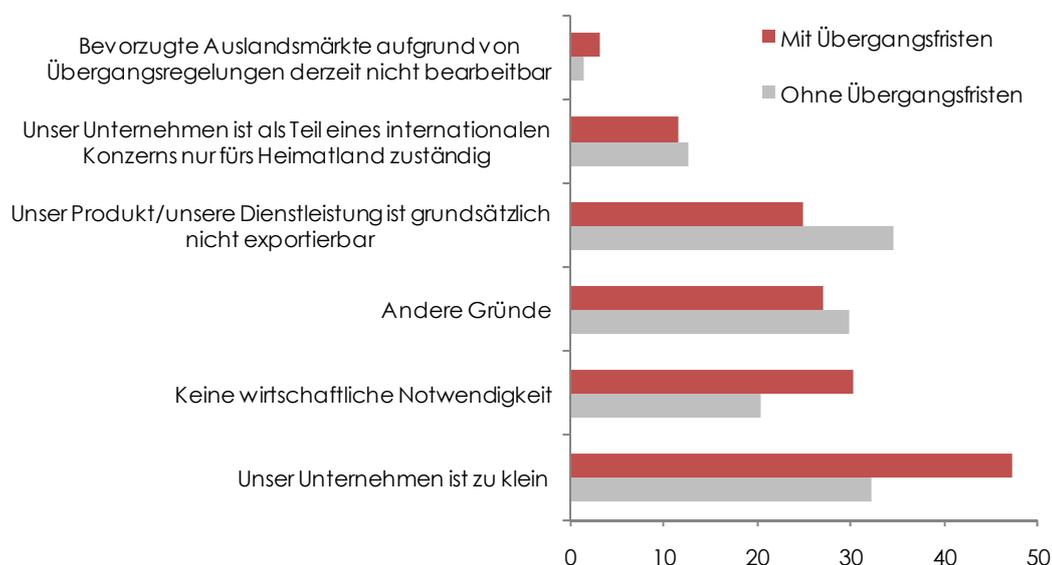


Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen die nicht international tätig sind, WIFO-Berechnungen. – ÜF = Übergangsfristen

Während es bei der Bereitschaft auf ausländische Märkte zu expandieren kaum Unterschiede zwischen Branchen mit und ohne Übergangsregelungen gibt, unterscheiden sich die Gründe, warum eine Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht in Frage kommt, beträchtlich zwischen diesen beiden Gruppen. So gibt beinahe jeder zweite Betrieb, der den Übergangsregelungen unterworfen ist, die mangelnde Unternehmensgröße als Motiv an, während dies nur für jedes dritte Unternehmen (32,3%) der anderen Gruppe einen wesentlichen Grund darstellt. Bei Firmen mit Übergangsfristen sehen drei von zehn Unternehmen keine wirtschaftliche

Notwendigkeit zur Auslandsexpansion, während bei Betrieben ohne Übergangsregelungen dies nur für zwei von zehn Unternehmen ein relevantes Motiv darstellt. Demgegenüber gibt mehr als jedes dritte Unternehmen (34,5%) ohne Übergangsfristen an, das hergestellte Produkt bzw. die bereitgestellte Dienstleistung sei nicht exportierbar – dieser Wert liegt um 10 Prozentpunkte höher als bei jenen Betrieben, deren Entsendung von Arbeitskräften beschränkt ist. Mit 3,3% gibt nur jedes 30. Unternehmen, das den Übergangsfristen unterworfen ist an, dass diese Regelungen ihre Auslandsaktivitäten grundsätzlich unmöglich machen.¹⁴⁾ Dieser kleine Wert wird dadurch relativiert, da es neben Österreich nur für Deutschland Reglementierungen gibt, aber eine Expansion auf andere Zielmärkte in der EU auch vor dem April 2011 uneingeschränkt möglich ist.

Abbildung 4.4: Gründe warum Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht vorstellbar ist
Anteile in %; Mehrfachnennungen möglich



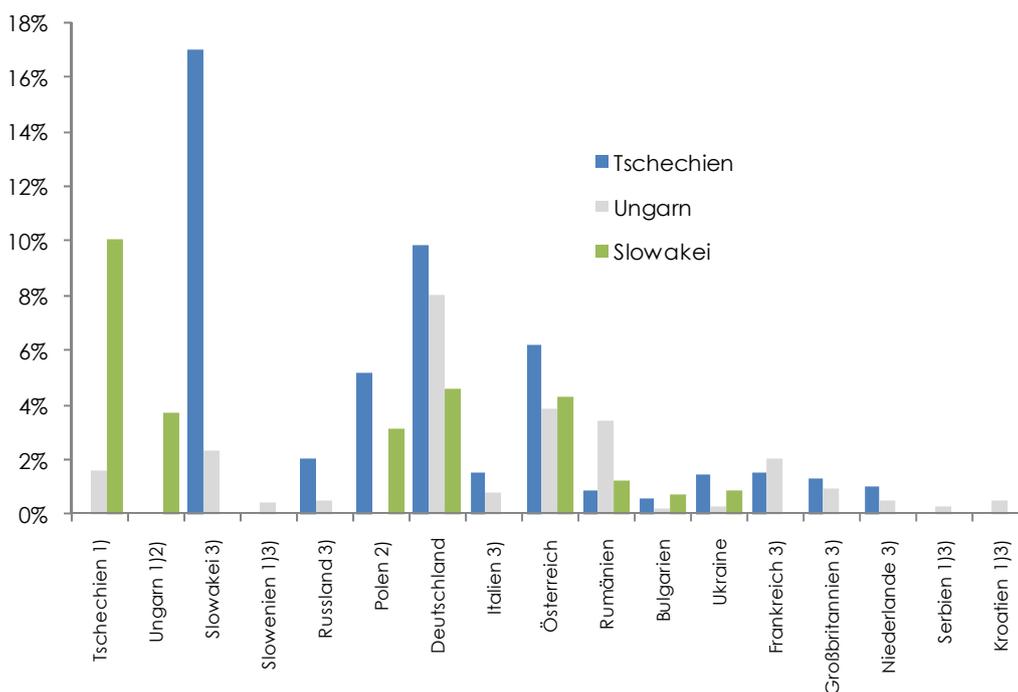
Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen, für die eine Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht vorstellbar ist, WIFO-Berechnungen.

Betrachtet man die Auslandsaktivitäten der Unternehmen nach (in der Datenerhebung explizit abgefragten) Zielländern, wird die enge Verflechtung der tschechischen und der slowakischen Wirtschaft deutlich (Abbildung 4.5): So erwirtschaften 10,0% aller slowakischen Unternehmen Teile ihres Umsatzes in Tschechien, und sogar 17,0% der tschechischen Betriebe sind in der Slowakei tätig. Somit ist etwa die Hälfte der slowakischen Unternehmen, die internatio-

¹⁴⁾ Es überrascht, dass sich auch Unternehmen aus Sektoren, die nicht den Übergangsfristen unterworfen sind, durch diese Regelungen eingeschränkt fühlen. Da die Zuteilung der Unternehmen in Branchenklassen auf einer Selbsteinschätzung der Unternehmen basiert, könnte sich dieser Wert – zumindest zum Teil – durch nicht korrekte Angaben erklären.

nal tätig sind, auch in Tschechien aktiv – gleiches gilt auch für tschechische Unternehmen im Bezug auf ihre Auslandsaktivitäten in der Slowakei. Abseits von der engen ökonomischen Verflechtung zwischen Tschechien und der Slowakei stellt Deutschland das wichtigste Zielland der Internationalisierung dar. Dies gilt insbesondere für Tschechien und Ungarn – 9,8% der tschechischen und 8,0% der ungarischen Unternehmen sind in Deutschland aktiv – und in geringerem Ausmaß für die Slowakei. Das an alle drei Staaten angrenzende Österreich stellt das zweit wichtigste Zielland für Internationalisierungsschritte dar: 6,2% aller tschechischen, 3,9% der ungarischen und 4,3% der slowakischen Unternehmen bearbeiten diesen Markt. Für tschechische und slowakische Unternehmen stellt unter den abgefragten Ländern das angrenzende Polen, für ungarische Unternehmen das benachbarte Rumänien einen wichtigen Zielmarkt der Auslandsaktivitäten dar. Die wirtschaftliche Verflechtung mit anderen Staaten Osteuropas (Kroatien, Serbien, Slowenien, Bulgarien, Ukraine und Russland) sowie "alte", aber nicht an Tschechien, Slowakei und Ungarn angrenzende EU-Mitgliedstaaten (Frankreich, Großbritannien und Italien) sind hingegen nur mäßig intensiv.

Abbildung 4.5: Internationalisierungsaktivitäten von Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei



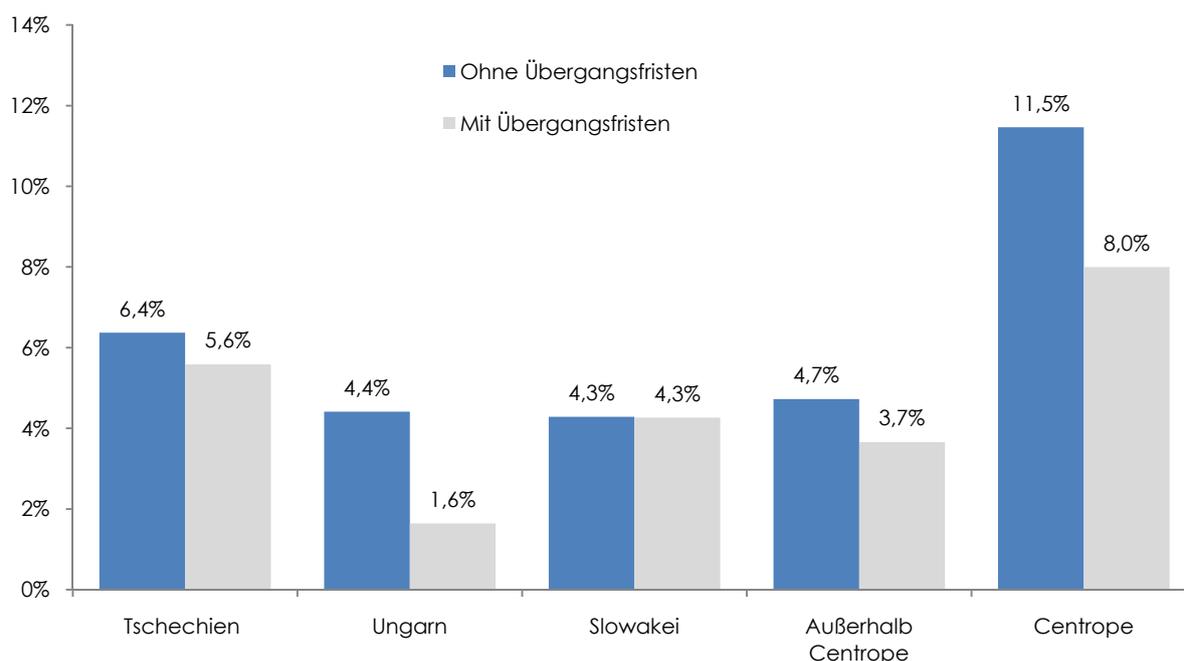
Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. – 1) Zielland für Unternehmen aus Tschechien nicht abgefragt. 2) Zielland für Unternehmen aus Ungarn nicht abgefragt. 3) Zielland für Unternehmen aus der Slowakei nicht abgefragt.

Betrachtet man ausschließlich Österreich als Zielmarkt der Auslandsexpansion (Abbildung 4.6), so zeigt sich bei tschechischen und slowakischen Unternehmen, dass Branchen, die den

Übergangsregelungen unterworfen sind, nur eine geringfügig kleinere Internationalisierungsneigung aufweisen. Anders ist die Situation in Ungarn, wo der Anteil der in Österreich tätigen Unternehmen in Branchengruppen ohne Übergangsfristen mit 4,4% beinahe drei Mal so groß ist wie der Anteil der Betriebe mit Übergangsfristen (mit 1,6%).

Viel deutlicher als zwischen den Ländern unterscheidet sich die Internationalisierungsneigung hingegen bei einer Unterteilung des Untersuchungsraumes in die Region CENTROPE und in Regionen außerhalb dieses grenzüberschreitenden Raumes: Die Internationalisierungsneigung innerhalb der CENTROPE ist mit 10,9% beinahe zweieinhalb mal so groß wie in den Regionen Tschechiens, Ungarns und der Slowakei, die nicht zu dieser Region zählen. Dies unterstreicht die Abhängigkeit von Auslandsaktivitäten von der Entfernung zum Zielmarkt, zeigt aber auch die Integrationstiefe, die diese Region (bereits) erreicht hat. Teilt man die Stichprobe wieder nach dem Kriterium der Übergangsfristen, ist der Unterschied insbesondere innerhalb der CENTROPE-Region groß: Unternehmen, die nicht den Übergangsfristen unterworfen sind, sind mit 11,5% um 3,5 Prozentpunkte häufiger in Österreich aktiv als jene Unternehmen, für die die grenzüberschreitende Entsendung ihrer MitarbeiterInnen reglementiert ist.

Abbildung 4.6: In Österreich tätige Unternehmen nach Herkunftsregionen



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Übersicht 4.1 zeigt die durchschnittliche Entfernung zur österreichischen Grenze, abhängig davon, ob die Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei Teile ihres Umsatzes in Österreich erwirtschaften und ob es für ihre Branche Übergangsregeln gibt. Da es sich auch

bei dieser Auswertung um gewichtete Daten handelt wird der überdurchschnittlich hohe Erfassungsgrad in grenznahen Gebieten korrigiert. Wie Abbildung 4.6 verdeutlicht auch diese Auswertung die Distanzabhängigkeit von Tätigkeiten auf ausländischen Märkten: Bei Unternehmen, die keinen Übergangsregelungen unterliegen, ist die Entfernung für in Österreich tätige Betriebe mit durchschnittlich 121 Kilometer signifikant kleiner als bei den Unternehmen, die keine Umsätze auf dem österreichischen Markt erwirtschaften (mit 143 km). Der Unterschied ist bei Unternehmen, die den Übergangsregelungen unterliegen, sogar noch deutlicher ausgeprägt: Von dieser Gruppe ist die durchschnittliche Entfernung für Betriebe, die in Österreich Teile ihres Umsatzes erwirtschaften, nur durchschnittlich 109 Kilometer, verglichen mit 149 km von Unternehmen, die nicht in Österreich tätig sind. Dies lässt den Schluss zu, dass Unternehmen in Branchen, die den Übergangsregelungen unterliegen (v.a. die Baubranche) einen kleineren Marktradius haben als Unternehmen in anderen Sektoren. Aufgrund der (vergleichsweise) geringen Fallzahl der Unternehmen, die in Österreich tätig sind und den Übergangsfristen unterliegen, ist diese Einschätzung allerdings statistisch nicht gut abgesichert (der Unterschied ist statistisch nicht signifikant).

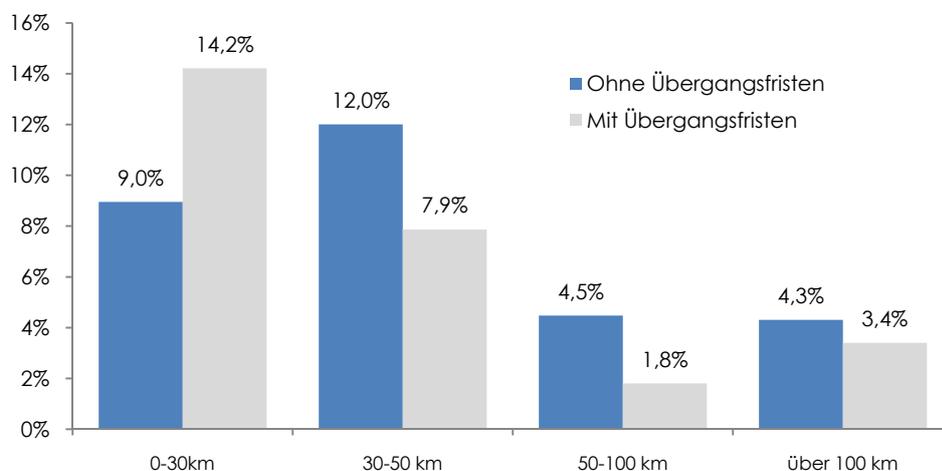
Die Abhängigkeit von Aktivitäten auf Auslandsmärkten von der Entfernung zum Zielmarkt ist in Abbildung 4.7 noch deutlicher sichtbar – insbesondere für Branchen, die den Übergangsregelungen unterliegen: Während aus diesen Sektoren 14,2% der Unternehmen, die weniger als 30 Kilometer von der österreichischen Grenze entfernt sind, den österreichischen Markt bearbeiten, ist der Anteil bei einer Entfernung von 30 bis 50 Kilometer mit 7,9% nur mehr etwa halb so hoch. Bei Unternehmen, deren Standort mehr als 50 Kilometer von Österreich entfernt ist, beträgt der Anteil der in Österreich tätigen Unternehmen mit 3,1% – verglichen mit den sehr grenznahen Unternehmen – weniger als ein Viertel. Bei Unternehmen, die nicht den Übergangsfristen unterliegen, nimmt die Wahrscheinlichkeit in Österreich tätig zu sein, mit der Entfernung zur Grenze zwar ebenfalls ab, allerdings in deutlich kleinerem Ausmaß. So beträgt der Anteil der Unternehmen, die sich "sehr nahe" bzw. "nahe" der österreichischen Grenze befinden 9,0% bzw. 12,0%, während die Internationalisierungsneigung von Betrieben, die weiter als 50 Kilometer von der österreichischen Grenze entfernt sind, mit 4,3% nicht einmal halb so groß ist.

Übersicht 4.1: Durchschnittliche Entfernung zur österreichischen Grenze

	Nicht in Österreich tätig	In Österreich tätig
Ohne Übergangsfristen	143	121
Mit Übergangsfristen	149	109

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Abbildung 4.7: Anteil der in Österreich tätigen Unternehmen nach Entfernung zur Grenze



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Die Auswertung der Internationalisierungsneigung zwischen Unternehmen innerhalb und außerhalb der CENTROPE-Region sowie in Abhängigkeit zur österreichischen Grenze lassen zwei Schlussfolgerungen zu:

- (i) Mit zunehmender Entfernung zur österreichischen Grenze nimmt die Internationalisierungsneigung nach Österreich sehr rasch ab.
- (ii) Der Rückgang der Internationalisierungswahrscheinlichkeit mit zunehmender Entfernung zur Grenze ist bei Unternehmen, die von den Übergangsfristen erfasst werden, stärker ausgeprägt als bei anderen Unternehmen. Dies bedeutet, dass der Marktradius dieser Unternehmen tendenziell kleiner ist und eine geringe Entfernung der Zielmärkte für diese Branchengruppen besonders wichtig ist. Daher betreffen Änderungen der institutionellen Rahmenbedingungen, die den grenzüberschreitenden Wettbewerb regeln (wie das Auslaufen der Übergangsfristen), angrenzende Länder in einem stärkeren Ausmaß als dies bei anderen Sektoren der Fall wäre. Bei den Branchen, die nicht den Übergangsfristen unterliegen, ist die Entfernung zu den (potenziellen) Zielmärkten etwas weniger wichtig.

Ökonometrische Schätzung

Bei der ökonometrischen Schätzung werden ebenso wie bei der deskriptiven Auswertung die Variablen herausgefiltert, die das Internationalisierungsverhalten (insbesondere im Bezug auf das Zielland Österreich) erklären. Statistische Schätzverfahren sind sinnvoll und notwendig, da aufgrund von Multikollinearität deskriptiv festgestellte Zusammenhänge nicht notwendigerweise kausale Beziehungen abbilden. Folgendes Beispiel verdeutlicht die Problemstellung: Die Unternehmen der Stichprobe, die sich "sehr nahe" der österreichischen Grenze befinden, sind überdurchschnittlich groß (gemessen als Anzahl der MitarbeiterInnen). Sowohl größere als auch grenznahe Unternehmen weisen eine höhere Internationalisierungsneigung nach Öster-

reich auf. In der deskriptiven Auswertung bleibt aber unklar, ob grenznahe Unternehmen häufiger den österreichischen Markt bearbeiten, weil die Entfernung zur österreichischen Grenze klein ist, oder weil grenznahe Unternehmen eine (aus welchen Gründen immer) überdurchschnittliche Größe aufweisen. Die ökonometrische Schätzung basiert auf der Internationalisierungsentscheidung der einzelnen Unternehmen und berücksichtigt mehrere Eigenschaften der Unternehmen (wie die Unternehmensgröße, die Entfernung zum Zielmarkt, Branchenzugehörigkeit etc.) gleichzeitig. Dadurch kann der Zusammenhang einzelner Charakteristika auf die Expansionsentscheidung der Unternehmen identifiziert werden, während gleichzeitig die anderen Variablen berücksichtigt werden. Das Problem der Multikollinearität der Variablen wird durch diese Vorgehensweise berücksichtigt.

In der ökonometrischen Analyse zeigt sich, dass die Nähe zur österreichischen Grenze die Marktexpansion nach Österreich begünstigt. Unternehmen innerhalb der CENTROPE weisen nur eine geringfügig höhere (allgemeine) Internationalisierungsneigung auf, sind aber signifikant häufiger in Österreich tätig. Die Größe sowie die (Internationalität der) Eigentümerstruktur des Unternehmens erweisen sich als die wichtigsten betrieblichen Determinanten des Internationalisierungsverhaltens. Es gibt große Unterschiede in der Auslandsorientierung zwischen den Branchen, wobei die Sachgütererzeugung sehr häufig, hingegen personenbezogene sowie soziale und öffentliche Dienstleistungen besonders selten in Ländern abseits des Heimatmarktes tätig sind.

Methodische Vorgehensweise¹⁵⁾

Formal kann die Entscheidung über eine Auslandsexpansion bzw. über die Erschließung eines bestimmten Zielmarktes eines Unternehmens wie folgt dargestellt werden: Die Firma i erwirtschaftet durch die Tätigkeit auf ausländischen Märkten einen (zusätzlichen) Gewinn von π_i :

$$\pi_i = \alpha + X_i\beta + \varepsilon_i$$

X_i beinhaltet die erklärenden Variablen, die aus firmenspezifischen Indikatoren wie das Unternehmensalter, die Unternehmensgröße (Anzahl der Beschäftigten und die quadrierte Anzahl der Beschäftigten) und die Branchenzugehörigkeit. Bei der Analyse, ob Unternehmen in unterschiedliche Zielmärkte z tätig sind, ist der (zusätzliche) Gewinn durch eine Tätigkeit in diesem Zielland, π_{iz} , bestimmt durch:

$$\pi_{iz} = \alpha + X_{iz}\beta + \varepsilon_{iz}$$

X_{iz} beinhaltet neben den firmenspezifischen Variablen auch Informationen über das Zielland bzw. Variablen, die von der Firma i (bzw. des Herkunftslandes oder der Herkunftsregion der Firma i) und dem Zielmarkt abhängen. Ziellandspezifika können entweder durch Dummy-Variable für jedes Land oder durch Eigenschaften des Ziellandes abgebildet werden (z.B. Indikatoren für die Marktgröße oder die Kaufkraft des Ziellandes). Variable, die von der (Herkunftsregion der) Firma i und dem Zielmarkt z abhängen beinhalten die geographische und kulturelle Distanz von Herkunftsregion und Zielland der Internationalisierung.

¹⁵⁾ Für eine ausführliche Darstellung der ökonometrischen Modellierung diskreter Entscheidungen siehe z.B. Greene (2002, Kapitel 21).

Der Zusatzgewinn durch eine Tätigkeit auf ausländischen Märkten kann jedoch nicht beobachtet werden. Es wird lediglich die Entscheidung m_i erfasst, ob ein Unternehmen i international tätig ist, sowie die Entscheidung m_{iz} , ob das Unternehmen im Zielland z tätig ist:

$$m_i = \begin{cases} 0 & \text{nicht international tätig, wenn } \pi_i < 0 \\ 1 & \text{international tätig, wenn } \pi_i \geq 0 \end{cases}$$
$$m_{iz} = \begin{cases} 0 & \text{nicht im Zielland } z \text{ tätig, wenn } \pi_{iz} < 0 \\ 1 & \text{im Zielland } z \text{ tätig, wenn } \pi_{iz} \geq 0 \end{cases}$$

Es wird daher die Wahrscheinlichkeit P geschätzt, mit der ein Unternehmen international tätig, bzw. im Zielland z aktiv ist:

$$P(m_i = 1|X_i) = F(X_i'\beta)$$

$$P(m_{iz} = 1|X_{iz}) = F(X_{iz}'\beta)$$

Diese Wahrscheinlichkeit hängt von den firmenspezifischen Eigenschaften X_i bzw. von den firmen- und ziellandspezifischen Charakteristika X_{iz} ab. Eine lineare Regression ist bei binären Entscheidungsmodellen nicht möglich. Neben dem Problem, dass die Annahmen über die Eigenschaften der Residuen ε verletzt werden, kann bei einer linearen Regression nicht sichergestellt werden, dass die geschätzten Wahrscheinlichkeiten, ob ein Unternehmen international (bzw. in einem bestimmten Zielmarkt) tätig ist, zwischen 0 (0%) und 1 (100%) liegt. Daher wird anstelle einer linearen Regression ein Probit-Modell geschätzt, bei dem als Funktion F die kumulierte Normalverteilung verwendet wird. Dadurch wird sichergestellt, dass die geschätzte Wahrscheinlichkeit $F(X_i'\beta)$ bzw. $F(X_{iz}'\beta)$ 0 (0%) und 1 (100%) nicht überschreitet. Durch den nicht-linearen Zusammenhang zwischen der endogenen und den exogenen Variablen wird allerdings die Interpretation der Parameter erschwert. Die Vorzeichen der Koeffizienten können zwar wie bei einer linearen Regression interpretiert werden, der Parameterwert hat aber keine große Aussagekraft. Es werden daher "marginale Effekte" berechnet, welche die Änderung der geschätzten Wahrscheinlichkeit bei einer Änderung einer unabhängigen Variablen um eine Einheit abbilden. Da die marginalen Effekte nicht nur von den Parameterwerten, sondern auch von der Größe der Variablen abhängen, werden diese nur für (im Bezug auf alle Charakteristika wie etwa der Unternehmensgröße) "durchschnittliche Unternehmen" ausgewiesen.

Ergebnisdarstellung

Zur Identifikation der wichtigsten Determinanten des Internationalisierungsverhaltens wurden fünf Modelle geschätzt, um ein möglichst umfangreiches Bild zu erhalten (Übersicht 4.2). In den Modellen 1 und 2 wird untersucht, welche Unternehmen überhaupt international tätig sind, d.h. welche Betriebe einen Teil ihres Umsatzes auf zumindest einem Auslandsmarkt erwirtschaften. Im Modell 2 wird die Branchenzugehörigkeit der Betriebe durch Dummy-Variablen berücksichtigt. Bei dem 3. und 4. Modell wird ausschließlich untersucht, ob die Unternehmen den österreichischen Markt bearbeiten (unabhängig davon, ob auch in anderen Ländern Umsatz erzielt wird). Im Modell 5 wird das Internationalisierungsverhalten im Bezug auf jedes der explizit abgefragten Zielländer einzeln untersucht. Die Zahl der Beobachtungen steigt im

Modell 5 (im Vergleich zu den ersten vier Schätzungen) stark an, da jede Kombination aus Unternehmen und (potentielles) Zielland der Internationalisierung eine eigene Beobachtung darstellt. Unterschiede zwischen den Zielländern werden durch Dummy-Variable abgebildet.

Wie Abbildung 4.1 bereits vermuten lässt, weisen Unternehmen innerhalb der CENTROPE-Region eine etwas höhere Internationalisierungsneigung auf als Betriebe außerhalb dieses Raumes, wobei der Unterschied etwa 2 Prozentpunkte beträgt. Dieser Wert ist aber statistisch nur schwach abgesichert. Die Entfernung zur österreichischen Grenze und die Zugehörigkeit zur CENTROPE-Region verdichten Informationen über die Herkunftsregion der Unternehmen in sehr ähnlicher Weise: 74% der Unternehmen mit geringer Entfernung zur österreichischen Grenze (weniger als 50 Kilometer), jedoch nur 2% der Betriebe mit größerer Entfernung gehören zur CENTROPE-Region. Daher wird in den Modellen 3 und 4 jeweils nur eine der beiden Variablen berücksichtigt. Im Gegensatz zur allgemeinen Internationalisierungsneigung ist die Nähe zum österreichischen Markt eine wichtige Determinante zur Erklärung der Marktexpansion nach Österreich: Die Wahrscheinlichkeit, in Österreich tätig zu sein, ist innerhalb der CENTROPE um 1,7 Prozentpunkte höher (Modell 4), eine um 100 Kilometer größere Entfernung zur österreichischen Grenze reduziert die Wahrscheinlichkeit um 1,1 Prozentpunkte (Modell 3). Unternehmen, deren Standort nahe der österreichischen Grenze ist, bedienen signifikant häufiger den österreichischen Markt.

Jene Branchen, die den Übergangsregelungen unterliegen, weisen eine stärkere Binnenorientierung auf als jene Bereiche, die nicht den Übergangsregelungen unterworfen sind. Dies gilt sowohl für die Internationalisierung (Modelle 1 und 2), für eine Marktexpansion nach Österreich (Modelle 3 und 4), als auch für das Internationalisierungsverhalten in die einzelnen Zielmärkte (Modell 5). So sind Unternehmen mit Übergangsfristen um etwa 5,5 Prozentpunkte seltener in zumindest einem Auslandsmarkt, um ca. 1,3 Prozentpunkte in Österreich und um durchschnittlich 0,3 Prozentpunkte in einem der abgefragten Zielländer tätig.¹⁶⁾ Da die Übergangsfristen nur für zwei der untersuchten Zielmärkte (Österreich und Deutschland) gelten, lassen die Ergebnisse den Schluss zu, dass die Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen, auch unabhängig von diesen Einschränkungen eine geringere Internationalisierungsneigung aufweisen. Diese Einschätzung wird dadurch bestätigt, da sich die Größe und statistische Signifikanz des Parameters nur minimal verändern, wenn Österreich und Deutschland als Zielmärkte aus der ökonometrischen Schätzung ausgeschlossen werden.¹⁷⁾

Als wichtigste betriebliche Bestimmungsgründe in der Erklärung des Internationalisierungsverhaltens erweisen sich die Größe und die Eigentümerstruktur des Unternehmens. Sowohl die Internationalisierungsneigung als auch die Wahrscheinlichkeit, den österreichischen Markt zu

¹⁶⁾ Die Unterschiede in der Größe der Koeffizienten ergeben sich vor allem daraus, dass 28,2% aller Unternehmen in irgendeinem ausländischen Markt, aber "nur" 6,2% der Betriebe in Österreich Umsätze erwirtschaften. Ein Ansteigen der in Österreich tätigen Unternehmen um 1 Prozentpunkt ist daher vergleichsweise gewichtiger als eine Erhöhung der Internationalisierungsneigung um das gleiche Ausmaß. Die Koeffizienten der Modelle 1 und 2 sind daher fast durchgehend (im Betrag) größer als in den Modellen 3 bis 5.

¹⁷⁾ Dieses Ergebnis ist aus Gründen der Übersichtlichkeit jedoch nicht dargestellt.

bearbeiten, steigen mit zunehmender Anzahl der MitarbeiterInnen. Der negative Koeffizient der quadrierten Zahl der MitarbeiterInnen zeigt, dass dieser positive Zusammenhang bei größeren Unternehmen etwas schwächer ausgeprägt ist. Bei Unternehmen, die zumindest teilweise ausländische Eigentümer haben, ist auch im Bezug auf die Absatzmärkte eine viel stärkere internationale Orientierung feststellbar: Je nach Modell (1 bzw. 2) liegt die Internationalisierungsneigung bei Unternehmen im ausländischen Besitz bei etwa 11 Prozentpunkte, bei sowohl in- als auch ausländischen Eigentümern sogar um über 20 Prozentpunkte höher als bei Betrieben, die sich ausschließlich in inländischem Besitz befinden. Betrachtet man ausschließlich die Auslandsaktivitäten auf dem österreichischen Markt, ist die Wahrscheinlichkeit bei ausländischen Eigentümern um etwa 2 Prozentpunkte, bei in- und ausländischen Eigentümern sogar um 4 Prozentpunkte höher. Die Größe der Koeffizienten verbunden mit einer guten statistischen Absicherung der Ergebnisse zeigt, dass die Internationalität der Eigentümerstruktur einen maßgeblichen Erklärungsmaßstab für die internationale Orientierung auf der Absatzseite darstellt. Demgegenüber liefert die Kategorisierung in Konzern (Stammbetrieb bzw. Zweigbetrieb) und Einzelunternehmen keinen konsistenten und statistisch gut abgesicherten Erklärungsbeitrag für das Internationalisierungsverhalten der Unternehmen.

Unterteilt man die Betriebe nach den Herkunftsländern wird die verstärkte Internationalisierungsneigung tschechischer Unternehmen deutlich: Im Vergleich zur Slowakei (als Referenzkategorie) beträgt der "Vorsprung" tschechischer Betriebe etwa 10 Prozentpunkte (Modelle 1 und 2). Signifikante Unterschiede im Internationalisierungsverhalten ungarischer und slowakischer Unternehmen bestehen jedoch nicht. Analysiert man jedoch ausschließlich die Markterschließung Österreichs, so weisen ungarische Unternehmen – nach Kontrolle von unternehmensspezifischen Variablen – sogar eine um etwa 2 Prozentpunkte größere Wahrscheinlichkeit in Österreich tätig zu sein auf, als slowakische Betriebe.

Die internationale Orientierung der Unternehmen unterscheidet sich zwischen den Branchen erheblich. In der Sachgütererzeugung ist die Wahrscheinlichkeit Auslandsmärkte zu bearbeiten um 18 Prozentpunkte höher, bei personenbezogenen sowie sozialen und öffentlichen Dienstleistungen allerdings um etwa 14 Prozentpunkte niedriger als in der Land- und Forstwirtschaft (als Referenzkategorie). Für Österreich als Auslandsmarkt ist die Sachgütererzeugung mit einer um knapp 5 Prozentpunkte höheren Wahrscheinlichkeit der Markterschließung (als die Land- und Forstwirtschaft) die internationalisierungsfreudigste Branche, während die Aktivitäten der personenbezogenen sowie der sozialen und öffentlichen Dienste um etwa 3 Prozentpunkte hinter die Referenzkategorie zurückfallen. Die Bauwirtschaft weist mit +1,4 Prozentpunkte nach der Sachgütererzeugung die zweithöchste Internationalisierungsneigung nach Österreich auf (Modell 4). Dies überrascht, da diese Branche üblicherweise stark binnenorientiert ist. Die Unterschiede des Bauwesens zur Referenzkategorie, aber auch zu den Branchen Handel oder sonstige Dienstleistungen sind allerdings statistisch nicht signifikant.

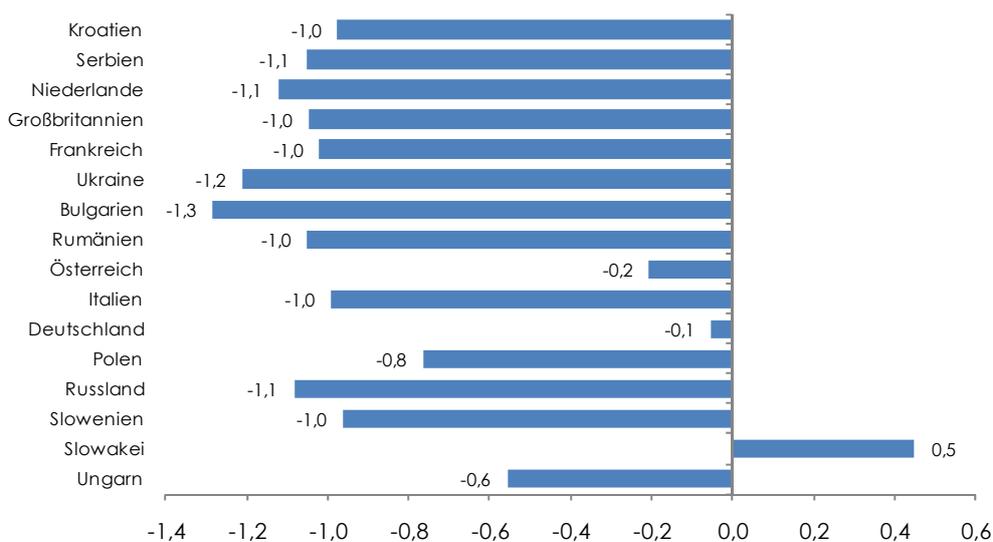
Übersicht 4.2: Marginale Effekte der Internationalisierung tschechischer, slowakischer und ungarischer Unternehmen

Variable	Referenz	Modell 1		Modell 2		Modell 3		Modell 4		Modell 5	
		5.266		5.266		5.219		5.266		54.368	
		Marg. Effekt	Sign.								
Anzahl der Beobachtungen											
Abhängige Variable											Im jeweiligen Land tätig
		In %		In %		In %		In %		In %	
CENTROPE		1,71		2,33	*	-1,09	***	1,69	***	0,07	
Entfernung Grenze (in 100 km)		-5,84	***	-5,39	***	-1,10	*	-1,58	*	-0,35	***
Sektor mit Übergangsfristen		9,53	***	9,68	***	3,20	***	3,16	***	1,07	***
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert)		-0,95	***	-0,97	***	-0,43	***	-0,43	***	-0,12	***
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert) (quadratiert)		-1,27	***	-0,92	**	0,03		0,16		-0,07	**
Unternehmensalter (in 10 Jahren)		13,10	***	9,22	***	2,83	**	1,67	*	0,65	***
Ausländischer Eigentümer	Inländischer Eigentümer	23,67	***	20,44	***	4,87	***	3,44	**	1,56	***
Sowohl in- als auch ausländischer Eigentümer	Inländischer Eigentümer	3,26		2,37		-1,80	*	-1,65	**	-0,33	***
Stammbetrieb / Zentrale	Einzelunternehmen / -betrieb	6,10	**	5,30	*	-0,91		-0,99		0,27	
Zweigbetrieb / Filiale	Einzelunternehmen / -betrieb	-3,00		-3,47		-1,06		-1,05		-0,27	*
Wirtschaftliche Situation Betrieb: eher gut	Sehr gut	-8,89	***	-8,37	***	-2,27	**	-1,87	**	-0,59	***
Wirtschaftliche Situation Betrieb: eher schlecht	Sehr gut	-8,89	***	-8,64	***	-1,52		-1,28		-0,62	***
Wirtschaftliche Situation Betrieb: sehr schlecht / k.A.	Sehr gut	11,51	***	9,38	***	1,09		0,88		0,21	*
Herkunftsland: Tschechien	Slowakei	2,37		-0,63		2,05	***	1,30	*	-0,42	***
Herkunftsland: Ungarn	Slowakei			17,57	***			4,71	*	1,29	***
Sachgütererzeugung	Land- und Forstwirtschaft			-2,17				1,40		0,00	
Bauwesen	Land- und Forstwirtschaft			-0,54				-0,01		0,17	
Handel	Land- und Forstwirtschaft			-14,52	***			-2,98	***	-0,89	***
Personenbezogene Dienste	Land- und Forstwirtschaft			-14,16	***			-3,47	***	-1,14	***
Soziale und öffentliche Dienste	Land- und Forstwirtschaft			-5,72	*			-0,05		-0,25	
Sonstige Dienste	Land- und Forstwirtschaft										
Länderdummys (Zielland)		Nein		Nein		Nein		Nein		Nein	Ja (16)

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. – *** signifikant auf 1%-Niveau, ** signifikant auf 5%-Niveau, * signifikant auf 10%-Niveau.

Im Modell 5 wird die Internationalisierungsneigung der Unternehmen für jedes Zielland getrennt betrachtet. Die Ergebnisse unterscheiden sich – außer beim Einfluss der Nähe zur österreichischen Grenze – in qualitativer Hinsicht kaum von den Ergebnissen, wenn nur Österreich als Zielland betrachtet wird (Modell 4 und 5). Die gefundenen (qualitativen) Zusammenhänge sind daher nicht von den einzelnen Zielmärkten abhängig. Allerdings sind die Koeffizienten (im Betrag) deutlich kleiner als bei einer ausschließlichen Analyse des österreichischen Zielmarktes. Dies liegt daran, dass Österreich von Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei im Vergleich zu anderen Zielmärkten überdurchschnittlich häufig bearbeitet wird. In Modell 5 wurde – um Unterschiede in den Zielländern abzubilden – für jeden Zielmarkt eine Dummy-Variable gebildet. Diese Variable nimmt genau dann den Wert 1 an, wenn das Internationalisierungsverhalten eines Unternehmens mit eben diesem Zielmarkt analysiert wird. Die Parameter dieser Variable sind in Übersicht 4.2 aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht ausgewiesen, sie sind dafür aber in Abbildung 4.8 grafisch dargestellt. Tschechien stellt den Referenz-Zielmarkt dar.

Abbildung 4.8: Internationalisierungsneigung nach Zielländern (Modell 5; Referenz: Tschechien)



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. Lesebeispiel: Wenn Unterschiede zwischen den Herkunftsländern und den anderen, in der Schätzung (des Modells 5) verwendeten Variablen berücksichtigt werden, ist die Wahrscheinlichkeit eines Unternehmens, in Kroatien tätig zu sein, um 1,0 Prozentpunkte geringer, als auf dem tschechischen Markt (der Referenzkategorie) Umsätze zu erwirtschaften.

Für ein durchschnittliches Unternehmen ist die Wahrscheinlichkeit, den slowakischen Markt zu bedienen, um 0,5 Prozentpunkte höher als in Tschechien tätig zu sein, für alle anderen Zielländer liegt die Wahrscheinlichkeit eines Auslandsengagements unter der Referenzkategorie. Dieses Ergebnis spiegelt sich vor allem an der engen Verbindung der tschechischen und der slowakischen Volkswirtschaften wieder (siehe Abbildung 4.5). Nach Tschechien und der

Slowakei sind Deutschland und Österreich die beliebtesten Zielländer der Auslandsexpansion: Die Internationalisierungsneigung nach Deutschland (-0,1 Prozentpunkte) und Österreich (-0,2 Prozentpunkte) liegt nur geringfügig unter der Internationalisierungswahrscheinlichkeit nach Tschechien, jedoch deutlich über den anderen Zielmärkten. Diese Analyse bestätigt das Ergebnis aus Abbildung 4.5, dass (i) Tschechien und die Slowakei eine (historisch bedingte) hohe wirtschaftliche Integrationstiefe aufweisen, und (ii) Deutschland und Österreich – trotz der Übergangsbestimmungen in einigen Branchen – die am häufigsten gewählten Zielmärkte tschechischer, ungarischer und slowakischer Unternehmen darstellen.

4.2 Geplante Internationalisierungsschritte der Unternehmen aus den NMS

Neben bereits durchgeführten Auslandsaktivitäten sind auch zukünftige Expansionspläne sowohl für die Herkunftsländer Tschechien, Ungarn und Slowakei, aber auch für die Zielländer der zukünftigen Internationalisierungsschritte ökonomisch relevant. Es zeigt sich, dass sich die Expansionspläne der Unternehmen in regionaler und (teilweise) sektoraler Hinsicht sehr deutlich von den bereits bestehenden Auslandsaktivitäten unterscheiden. Zur Analyse des zukünftigen Internationalisierungsverhaltens wurden die Unternehmen befragt, ob sie in den nächsten 5 Jahren eine Expansion in Länder planen, in denen sie bisher noch keine Umsätze erzielt haben. Im Falle einer positiven Beantwortung wurde für die wichtigsten Zielländer explizit abgefragt, ob die Firmen in den nächsten 5 Jahren (auch) in diese Länder zu expandieren planen. Es handelt sich somit nicht um vage Vorstellungen, irgendwann das Marktgebiet zu erweitern, sondern um sehr konkrete Pläne für die nahe Zukunft. Trotzdem bleibt natürlich eine gewisse Unsicherheit, in welchem Ausmaß die Unternehmen ihre Expansionspläne realisieren werden können.

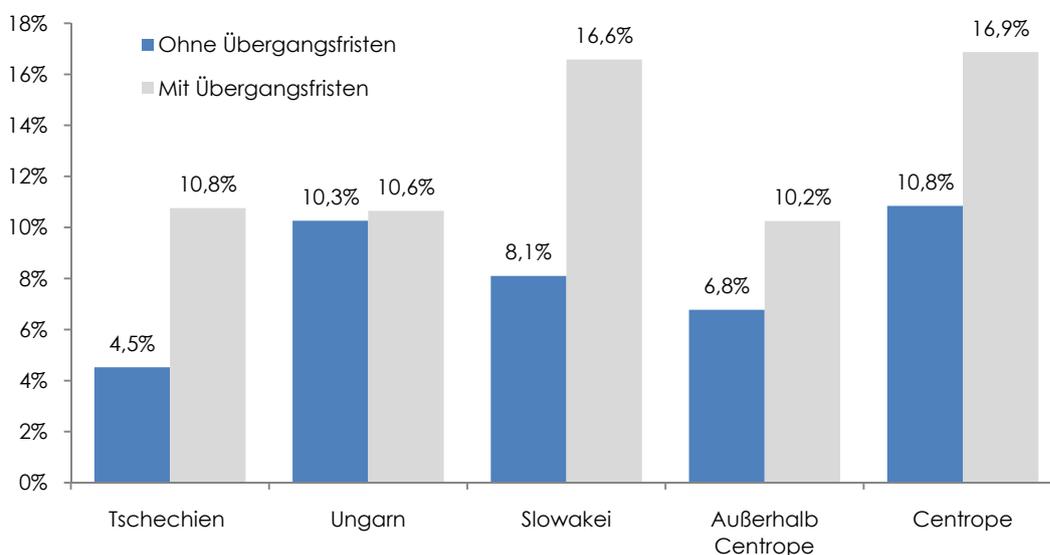
Wenn jene Unternehmen analysiert werden, die generell eine Marktexpansion planen, werden nur Betriebe betrachtet, die derzeit nicht international tätig sind. Werden Unternehmen untersucht, die eine Marktexpansion in ein bestimmtes Land planen, so werden nur jene Betriebe berücksichtigt, die in diesem Zielland noch nicht aktiv sind (unabhängig davon, ob sie andere Auslandsmärkte bedienen). Es liegen aber keine Informationen vor, ob Unternehmen ein Engagement in einem bereits bearbeiteten Zielmarkt intensivieren wollen.

Stilisierte Fakten

Die Unternehmen aus Tschechien weisen zwar die höchste Internationalisierungsneigung auf, unter den Betrieben, die derzeit nur den Binnenmarkt bedienen, ist der Anteil derer mit konkreten grenzüberschreitenden Expansionsplänen mit 6,0% allerdings deutlich geringer als unter den weniger stark internationalisierten Unternehmen Ungarns (mit 10,3%) und der Slowakei (mit 9,1%). In ähnlicher Weise verändern sich die Relationen zwischen Branchen, die von den Übergangsregelungen betroffen sind und jenen, die auch in den österreichischen und deutschen Markt MitarbeiterInnen ohne Einschränkungen entsenden können: Sowohl unter tschechischen Unternehmen (mit 10,8% zu 4,5%), als auch bei slowakischen Betrieben (mit 16,6% zu 8,1%) ist der Anteil der Unternehmen mit konkreten Internationalisierungsplänen bei Branchen, die den Übergangsfristen unterworfen sind, mehr als doppelt so hoch. Lediglich

in Ungarn ist der Anteil der Unternehmen in Branchen mit (10,6%) und ohne Übergangsfristen (10,3%) ähnlich groß. Gliedert man den Untersuchungsraum in die Regionen innerhalb und außerhalb der CENTROPE so haben Unternehmen innerhalb dieser grenzüberschreitenden Region – neben einer höheren bereits erfolgten Internationalisierung – auch in einem größeren Ausmaß konkrete Expansionspläne. Sowohl innerhalb als auch außerhalb der CENTROPE ist der Anteil der Betriebe mit konkreten Expansionsplänen unter den Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen, um etwa die Hälfte höher. Bei den Branchen, die bis April 2011 den Übergangsfristen unterliegen, scheint sich in den nächsten Jahren ein Aufholprozess in der Auslandsorientierung abzuzeichnen.

Abbildung 4.9: Geplante Internationalisierungsschritte



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: bisher nicht international tätige Unternehmen, WIFO-Berechnungen.

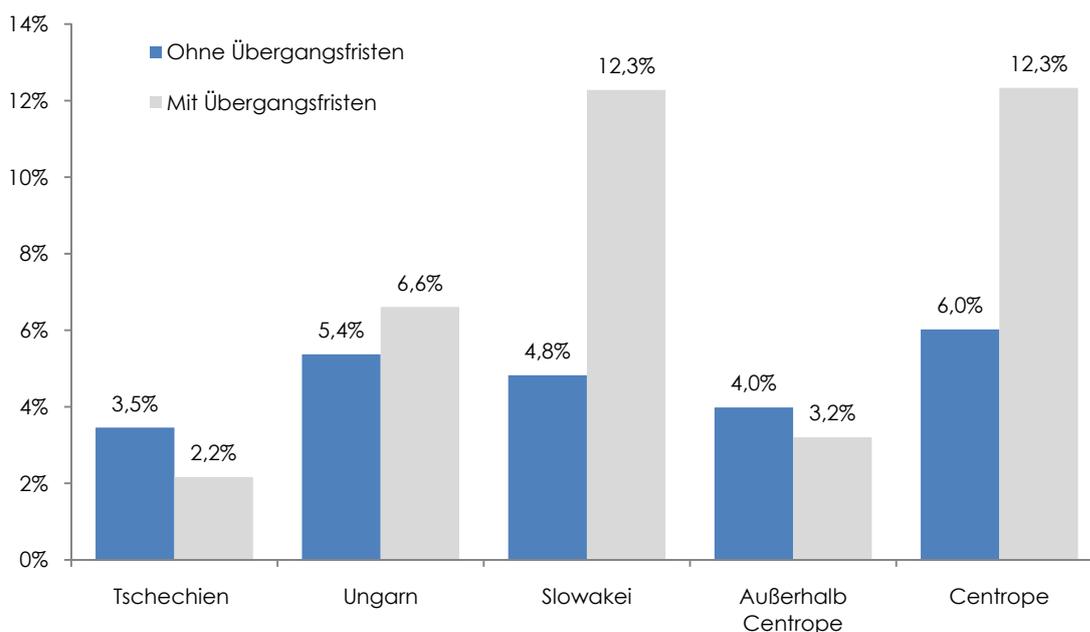
Österreich stellt bereits 2010 eines der wichtigsten Zielländer für Internationalisierungsschritte von Unternehmen aus den angrenzenden Ländern Tschechien, Ungarn und Slowakei dar. Die Erhebung über geplante Expansionsschritte zeigt, dass die Bedeutung Österreichs als Zielmarkt für diese Länder in den nächsten Jahren deutlich zunehmen wird. Ende 2010 beträgt der Anteil aller Unternehmen dieser Länder, die bereits in Österreich tätig sind, 5,2%. Dies entspricht hochgerechnet etwa 83.000 Betrieben.¹⁸⁾ 4,0% aller Unternehmen sind zwar noch nicht in Österreich tätig, planen aber innerhalb der nächsten 5 Jahre eine Marktexpansion in diesen Zielmarkt. Wenn alle Unternehmen ihre Expansionspläne realisieren, würde die Zahl der Unternehmen dieser Länder, die in Österreich tätig sind, um 63.000 zunehmen. In diesem Kapitel wird gezeigt, dass der Zuwachs an Konkurrenzunternehmen aus Tschechien, Ungarn und

¹⁸⁾ Bei den Hochrechnungen werden nur jene Branchen berücksichtigt, die in der strukturellen Unternehmensstatistik erfasst werden (siehe Kapitel 3.2).

der Slowakei in Österreich größer ausfallen wird als in allen anderen (explizit abgefragten) Zielländern.

In den Expansionsplänen nach Österreich sind ebenfalls deutliche Unterschiede zwischen den Herkunftsländern festzustellen (Abbildung 4.10): Während tschechische Unternehmen 2010 häufiger den österreichischen Markt bearbeiten als Betriebe aus den anderen beiden Staaten, plant mit 3,2% aller noch nicht in Österreich tätigen Unternehmen ein deutlich kleinerer Anteil eine Marktexpansion in diesen Zielmarkt als Betriebe aus Ungarn (5,5%) und der Slowakei (5,6%).¹⁹⁾ Auch hier zeigt sich, dass Unternehmen aus Tschechien ihr Internationalisierungspotential bereits zu einem größeren Umfang ausgeschöpft haben als Betriebe aus Ungarn und der Slowakei. Wie in den beobachteten grenzüberschreitenden Aktivitäten wird auch bei zukünftigen Expansionsplänen die Wichtigkeit der räumlichen Nähe zum Zielmarkt deutlich. So haben 7,2% der Unternehmen innerhalb der CENTROPE konkrete Expansionspläne nach Österreich, während dieser Anteil außerhalb dieser Region mit 3,8% merklich niedriger ist.

Abbildung 4.10: Geplante Expansion nach Österreich



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: bisher nicht in Österreich tätige Unternehmen, WIFO-Berechnungen.

¹⁹⁾ Da in Abbildung 4.10 Unternehmen, die nicht in Österreich tätig sind, in Abbildung 4.9 aber jene Betriebe, die bisher gar nicht international tätig sind als Datengrundlage verwendet werden, sind die Werte der beiden Abbildungen nicht direkt vergleichbar.

Die Expansionspläne unterscheiden sich in Tschechien und Ungarn nur geringfügig zwischen den Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen und den anderen Sektoren. Gänzlich anders fällt die Beurteilung der Slowakei aus, wo mit 12,3% der Unternehmen, die von den Übergangsregelungen betroffen sind, der Anteil der Betriebe mit konkreten Expansionsplänen nach Österreich mehr als 2 ½ Mal so groß ist wie unter den Unternehmen, die nicht von den Übergangsregelungen betroffen sind. Ähnlich wie in der Slowakei ist innerhalb der CENTROPE-Region der Anteil der Betriebe mit Übergangsfristen mit 12,3% mehr als doppelt so hoch wie in Branchen ohne Übergangsregelungen (mit 6,0%), während außerhalb der CENTROPE der Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen gering ist. Dies zeigt, dass die Nähe zum Zielmarkt für die von den Übergangsbestimmungen betroffenen Branchengruppen wichtiger sein dürfte. Insgesamt kann in den bis April 2011 beschränkten Branchen mit einem überdurchschnittlich starken Anstieg der Konkurrenz von slowakischen Unternehmen sowie von Betrieben aus der CENTROPE-Region gerechnet werden.

Eine Auswertung der wichtigsten Motive einer Marktexpansion in bisher nicht bediente Zielländer²⁰⁾ bzw. einer Marktausweitung nach Österreich zeigt teilweise große Unterschiede zwischen den Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen und anderen Sektoren (Abbildung 4.11). Gemeinsam ist den Gruppen, dass die steigende Nachfrage im Zielland insgesamt das wichtigste Motiv einer geplanten Marktexpansion darstellt. Ungefähr jedes zweite Unternehmen gibt dies als wichtigen Beweggrund an. Höhere Preise sind für 3 von 10 Unternehmen ein wichtiges Motiv zur grenzüberschreitenden Marktausweitung. Betrachtet man nur Österreich als Zielland zukünftiger Internationalisierung spielt das Preismotiv aber eine viel wichtigere Rolle: Unter den Unternehmen, die nicht den Übergangsfristen unterliegen, nennt mehr als ein Drittel der Betriebe (36,2%) dies als wichtigen Grund. Bei den von den Übergangsregelungen betroffenen Betrieben liegt der Anteil sogar bei fast drei Viertel (74,6%) und ist für diese Gruppe sogar der (mit Abstand) wichtigste Grund einer Expansion nach Österreich.

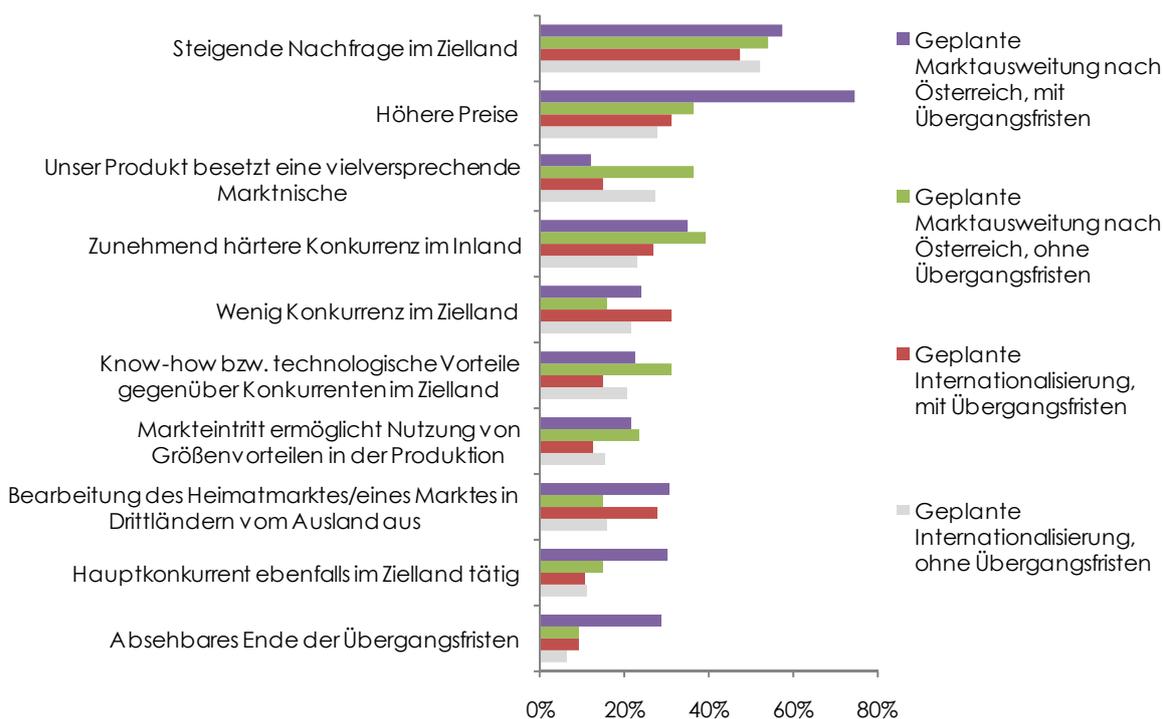
Neben dem Preismotiv werden von Unternehmen mit Übergangsfristen überdurchschnittlich häufig die Bearbeitung eines Drittlandes (vom Zielland aus) sowie die geringe Konkurrenz im Zielland als entscheidende Beweggründe für ihre Expansionspläne genannt. Unter den Betrieben ohne Übergangsfristen sind hingegen technologische Vorteile gegenüber Konkurrenten im Zielland, im besonderen Ausmaß aber das Besetzen einer vielversprechenden Marktnische, von größerer Bedeutung. Der Vergleich zwischen den beiden Branchengruppen zeigt, dass Unternehmen, die den Übergangsfristen unterworfen sind, überdurchschnittlich häufig durch niedrigere Produktionskosten (Motiv: höhere Preise), aber vergleichsweise selten durch technologische Vorteile oder besonders innovative Produkte (Argument: Besetzen einer Marktnische) glauben im Zielland erfolgreich sein zu können.

²⁰⁾ Diese Gruppe umfasst all jene Unternehmen, die angeben, dass sie innerhalb der nächsten fünf Jahre eine Expansion in Länder planen, in denen sie bisher noch keine Umsätze erzielt haben. Die Abgrenzung ist daher unabhängig davon, ob diese Betriebe eine Marktexpansion nach Österreich oder in ein anderes Land bzw. mehrere Länder planen.

Wenig überraschend wird unter den Unternehmen, die den Übergangsfristen unterliegen und die dezidiert nach Österreich expandieren wollen, das Auslaufen der Übergangsregelungen als wichtiges Motiv genannt: 28,7% der Betriebe geben dies als entscheidenden Grund an. Unter den Unternehmen, die eine Marktexpansion in (irgend-)einen noch nicht bearbeiteten Auslandsmarkt planen, ist der Anteil mit 6,8% zwar deutlich geringer, wobei der Anteil unter ungarischen (mit 15,9%) und slowakischen Unternehmen (mit 9,2%) überdurchschnittlich hoch ist. In allen drei der untersuchten Herkunftsländer wird das Auslaufen der Übergangsfristen innerhalb der CENTROPE häufiger als Argument genannt als in Regionen außerhalb dieses grenzüberschreitenden Raumes. Das Auslaufen der Übergangsfristen hat mit absehbarem Ende dieser Regelungen jedenfalls an Wichtigkeit zugenommen. In einer zwischen November 2008 und Februar 2009 durchgeführten Erhebung gaben lediglich 1,5% der Unternehmen aus Bratislava und der Region Trnava, die eine grenzüberschreitende Marktexpansion planen, als Motiv für ihre Expansionspläne ein Ende der Übergangsfristen an (Pennerstorfer, 2009).

Abbildung 4.11: Gründe für geplante Internationalisierung bzw. Marktexpansion nach Österreich

Anteile an den Unternehmen in %



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen, die Marktexpansion planen bzw. die eine Expansion nach Österreich planen, WIFO-Berechnungen.

Ökonometrische Schätzergebnisse

Die ökonometrische Analyse zeigt, dass Österreich das am häufigsten genannte Zielland von Expansionsplänen ist und bestätigt damit die bereits geäußerte Vermutung, dass Österreich als Internationalisierungsziel von Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. Betriebe aus der CENTROPE-Region planen häufiger, ihr Marktgebiet auf andere Märkte zu erweitern, wobei dieser Zusammenhang für Österreich als Zielmarkt deutlicher ausgeprägt ist. Unternehmen, die den Übergangsfristen unterliegen, planen in den nächsten 5 Jahren signifikant häufiger, nach Österreich zu expandieren. Im Vergleich zu bereits realisierten Expansionen auf ausländische Märkte fallen die Ergebnisse der Analyse der zukünftigen Pläne weniger akzentuiert aus. Dies kann vor allem daran liegen, dass strukturell internationalisierungsbereitere Unternehmen (etwa große, zumindest teilweise in ausländischem Besitz befindliche Unternehmen) ihr Potential auch besser ausschöpfen. Die Folge wäre, dass diese begünstigten Betriebe zwar häufiger im Ausland tätig sind, aber nicht notwendigerweise häufiger zusätzliche Internationalisierungsschritte planen.

Die Ergebnisse der Probit-Schätzung sind in Übersicht 4.3 dargestellt. Zur Erklärung der Expansionspläne wurde nach der gleichen Systematik vorgegangen, wie bei der Analyse der bereits realisierten Internationalisierungsschritte: Die Modelle 6 und 7 erklären die geplante Marktausweitung in irgendein Zielland, in dem derzeit noch keine Umsätze erwirtschaftet werden, während die Modelle 8 und 9 nur Expansionspläne nach Österreich analysieren. Für beide Fragestellungen wird einmal die Sektorzugehörigkeit berücksichtigt (Modell 7 und 9) und einmal weggelassen (Modell 6 und 8). Im Modell 10 werden die Expansionspläne nach allen abgefragten Zielländern untersucht.²¹⁾

Die Unternehmen der CENTROPE-Region weisen um 1,7 (Modell 6) bzw. 1,8 Prozentpunkte (Modell 7) häufiger Expansionspläne auf ausländische Märkte auf. Diese Parameterwerte sind statistisch allerdings nicht sehr gut abgesichert. Mit 2,4 (Modell 8) bzw. 2,2 Prozentpunkten (Modell 9) ist der Anteil der Unternehmen mit Expansionsplänen nach Österreich innerhalb der CENTROPE jedenfalls deutlich – und in einem statistisch signifikanten Ausmaß – höher. Da die CENTROPE als Herkunftsregion der Unternehmen bei einer nach Zielländern getrennten Analyse keine Rolle spielt (Modell 10), scheint die höhere Internationalisierungsbereitschaft vor allem auf Expansionspläne nach Österreich zurückzuführen zu sein.

Die deskriptive Auswertung der Expansionspläne hat vermuten lassen, dass Unternehmen in Branchen, die den Übergangsfristen unterworfen sind, (trotz oder gerade wegen ihrer geringeren Internationalisierungsneigung) häufiger konkrete Expansionspläne verfolgen (Abbildung 4.9 und 4.10). Dies kann nach Kontrolle unternehmensspezifischer Charakteristika in der ökonometrischen Schätzung im Allgemeinen nicht festgestellt werden. Betrachtet man ziel-landunabhängige Pläne zur grenzüberschreitenden Marktausweitung, so haben Betriebe in Sektoren mit Übergangsfristen sogar seltener Expansionspläne, allerdings ist der Unterschied

²¹⁾ Bei der Analyse der Expansionspläne nach Österreich (Modell 8 und 9) werden nur jene Unternehmen berücksichtigt, die (noch) nicht in Österreich tätig sind. Ebenso werden bei der Schätzung zu den Internationalisierungsplänen in die einzelnen Zielmärkte (Modell 10) nur jene Betriebe berücksichtigt, die in diesem Zielland nicht aktiv sind.

statistisch nicht (Modell 6) bzw. relativ schwach (Modell 7) abgesichert. Dies bedeutet, dass sich die Expansionspläne zwischen Branchen mit und ohne Übergangsfristen nicht signifikant unterscheiden. Diese These wird auch dadurch gestützt, dass bei der Erklärung der geplanten Internationalisierungsschritte getrennt nach Zielländern dieses Unterscheidungskriterium jedenfalls keinen Erklärungsbeitrag liefert (Modell 10). Wenn man nur die Expansionspläne nach Österreich betrachtet, weisen die durch Übergangsregelungen beschränkten Unternehmen allerdings um 2,5 Prozentpunkte häufiger Expansionspläne in diesen Zielmarkt auf. Dieser Wert ist auch statistisch signifikant. Berücksichtigt man auch die Branchenzugehörigkeit der Unternehmen, so sinkt der marginale Effekt auf 1,7 Prozentpunkte und ist statistisch schlecht abgesichert. Trotzdem scheinen Unternehmen dieser Gruppe das Auslaufen der Übergangsregelungen für eine verstärkte Marktausweitung nach Österreich zu nutzen, während sich die Expansionspläne in andere Länder zwischen den beiden Branchengruppen nicht unterscheiden.

Wenn man Ziellanddummies mit Übergangsfristen interagiert zeigt sich, dass der Unterschied zwischen der Häufigkeit der Internationalisierungspläne zwischen Branchengruppen, die den Übergangsfristen unterliegen, und nicht beschränkten Sektoren in Österreich um 1,2 Prozentpunkte größer ist, als im Durchschnitt der Ländern, mit denen es keine Übergangsfristen gibt. Diese 1,2 Prozentpunkte können daher als Effekt auf die Expansionsabsichten der Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei interpretiert werden, der sich durch das Auslaufen der Übergangsfristen ergibt. Dies entspricht hochgerechnet etwa 3.700 Unternehmen.

Bei den unternehmensspezifischen Variablen ist die Größe des Betriebs – obwohl ein wichtiger Bestimmungsgrund für die tatsächliche Internationalisierung – kein relevantes Erklärungsmerkmal der Expansionspläne. Unternehmen mit sowohl in- als auch ausländischen Eigentümern haben zwar etwas häufiger Absichten, neue Märkte zu erschließen, die Eigentümerstruktur spielt aber in der Erklärung eine weniger wichtigere Rolle als in der Beurteilung der bereits durchgeführten Internationalisierungsschritte. Bei der Erklärung allgemeiner Expansionspläne unterscheiden sich die Herkunftsländer Tschechien, Ungarn und Slowakei – wenn die Branchenzugehörigkeit der Unternehmen berücksichtigt wird (Modell 7) – nicht signifikant voneinander. Demgegenüber haben Unternehmen aus Tschechien um etwa 2 Prozentpunkte seltener, und Betriebe aus Ungarn um etwa 2 Prozentpunkte häufiger konkrete Expansionsabsichten nach Österreich als Unternehmen aus der Slowakei (die Referenzkategorie). Wie bei bereits erfolgten Internationalisierungsschritten verfolgen Betriebe aus der Sachgütererzeugung besonders häufig, und Unternehmen aus personenbezogenen sowie sozialen und öffentlichen Dienstleistungen außergewöhnlich selten konkrete Expansionspläne.

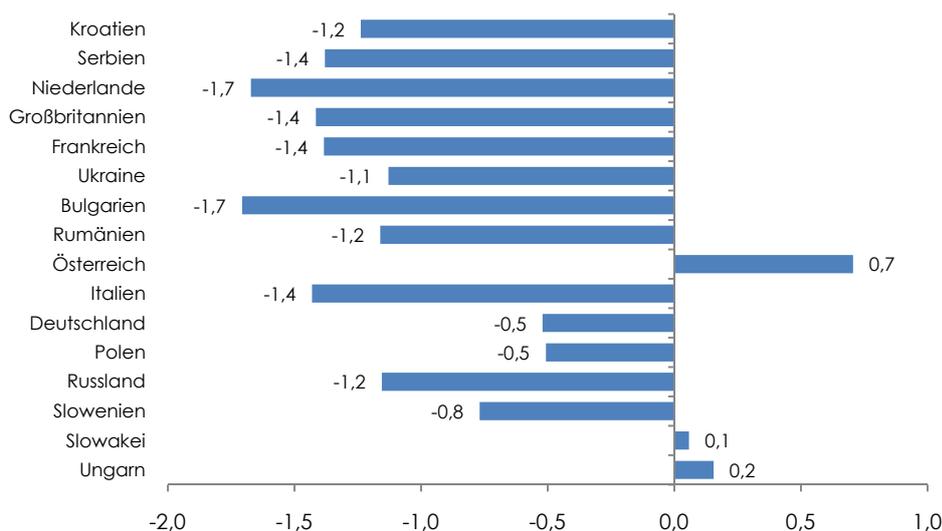
Übersicht 4.3: Marginale Effekte geplanter Expansion tschechischer, slowakischer und ungarischer Unternehmen

Anzahl Beobachtungen	Modell 6		Modell 7		Modell 8		Modell 9		Modell 10	
	5.266	5.266	5.266	5.026	5.026	5.026	57.068	57.068	57.068	57.068
Abhängige Variable	Geplante Marktausweitung in irgendein Land		Geplante Marktausweitung nach Österreich		Geplante Marktausweitung nach Österreich		Geplante Marktausweitung nach Österreich		Geplante Marktausweitung nach Österreich	
Variable	Marg. Effekt ln %	Sign.	Marg. Effekt ln %	Sign.	Marg. Effekt ln %	Sign.	Marg. Effekt ln %	Sign.	Marg. Effekt ln %	Sign.
CENTROPE	1,69	*	1,80	*	2,42	***	2,20	***	-0,05	
Sektor mit Übergangsfristen	-0,33		-3,38	*	2,50	***	1,68		-0,12	
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert)	0,28		0,88		-0,53		-0,42		-0,05	
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert) (quadratiert)	-0,08		-0,14		-0,01		-0,01		-0,01	
Unternehmensalter (in 10 Jahren)	-1,78	***	-1,37	***	-0,80	**	-0,59	*	-0,18	***
Ausländischer Eigentümer	-0,75		-2,65	*	-0,58		-1,11		-0,50	***
Sowohl in- als auch ausländischer Eigentümer	8,77	***	6,19	***	0,91		0,15		1,22	***
Stammbetrieb / Zentrale	0,92		0,28		1,70		1,38		0,38	
Zweigbetrieb / Filiale	0,17		-0,52		-1,38		-1,49		-0,46	**
Wirtschaftliche Situation Betrieb: eher gut	-1,43		-1,57		-2,84	*	-2,76	**	-0,88	***
Wirtschaftliche Situation Betrieb: eher schlecht	-4,06	*	-3,56	*	-3,51	***	-3,25	***	-1,09	***
Wirtschaftliche Situation Betrieb: sehr schlecht / k.A.	-4,14	*	-3,91	*	-2,77	***	-2,56	***	-1,07	***
Herkunftsland: Tschechien	2,83	**	1,09		-1,64	**	-2,00	***	-0,86	***
Herkunftsland: Ungarn	3,54	***	1,72		2,59	***	1,85	**	-0,06	
Sachgütererzeugung			11,25	**			2,58		2,00	***
Bauwesen			6,08				-0,13		0,92	
Handel			0,01				-1,30		0,28	
Personenbezogene Dienste			-5,91	**			-1,60		-0,21	
Soziale und öffentliche Dienste			-11,35	***			-4,51	***	-1,50	***
Sonstige Dienste			-1,20				-1,22		0,09	
Länderdummys	Nein		Nein		Nein		Nein		Ja (16)	

Q.: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. - ***: signifikant auf 1%-Niveau, **: signifikant auf 5%-Niveau, * signifikant auf 10%-Niveau.

Bei der Analyse der Expansionspläne für die jeweils abgefragten potenziellen Zielländer wurde für jeden Zielmarkt eine Dummy-Variable in die Schätzung mit einbezogen, um Unterschiede zwischen den Zielländern abzubilden. Die Koeffizienten der Dummy-Variable für die einzelnen Zielländer sind in Abbildung 4.12 dargestellt und verdeutlichen, dass Österreich – nach Berücksichtigung der Herkunftsländer und unternehmensspezifischer Variablen – am häufigsten als Zielland konkreter Expansionspläne angegeben wird: Der Anteil der Unternehmen, die eine Expansion nach Österreich planen, ist um 0,7 Prozentpunkte höher als der Anteil der Betriebe, die nach Tschechien expandieren wollen. Die Slowakei und Ungarn werden ähnlich häufig als Zielländer der Expansionspläne genannt wie Tschechien, alle anderen Staaten liegen deutlich (und statistisch signifikant) dahinter. Wenn die Expansionspläne für alle Zielländer in einem vergleichbaren Ausmaß realisiert werden, wird sich die CENTROPE-Region bzw. werden sich die Länder der CENTROPE in Zukunft wirtschaftlich enger miteinander verschränken.

Abbildung 4.12: Geplante Ausweitung des Marktgebietes nach Zielländer (Modell 10; Referenz: Tschechien)



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. Lesebeispiel: Wenn Unterschiede zwischen den Herkunftsländern und den anderen, in der Schätzung (des Modells 10) verwendeten Variablen berücksichtigt werden, ist die Wahrscheinlichkeit eines Unternehmens, nach Kroatien expandieren zu wollen, um 1,2 Prozentpunkte geringer, als das Marktgebiet auf den tschechischen Markt (der Referenzkategorie) ausweiten zu wollen.

5. Internationalisierung und Expansionspläne österreichischer Unternehmen

Das Internationalisierungsverhalten und die Expansionspläne österreichischer Unternehmen unterscheiden sich zum Teil sehr deutlich von den Betrieben aus den untersuchten NMS (Tschechien, Ungarn und Slowakei). In diesem Kapitel werden daher die wichtigsten Determinanten bereits umgesetzter Internationalisierungsschritte österreichischer Betriebe bestimmt und mit den Ergebnissen des Kapitels 4 kontrastiert. Die Rahmenbedingungen für österreichische Unternehmen ändern sich durch das Auslaufen der Übergangsfristen nur geringfügig: Von den 2004 der EU beigetretenen Ländern haben nur Polen, Slowenien und Ungarn die Entsendung von Arbeitskräften von Unternehmen aus Österreich beschränkt, wobei Slowenien (2006) und Polen (2007) diese Regulierungen schon vor dem April 2011 aussetzten (Nowotny - Palme, 2008). Das Ende der Übergangsregelungen ermöglicht aber österreichischen Unternehmen in den entsprechenden Branchen, Niederlassungen in den angrenzenden NMS zu gründen oder zu erwerben und den Heimatmarkt durch die Entsendung von Arbeitskräften (von den Niederlassungen aus) zu bedienen. Es erweist sich daher zweckmäßig, jene Branchen, die von den Übergangsfristen betroffen sind (insbesondere das Bauwesen), getrennt auszuweisen.

Tschechien, Ungarn und die Slowakei stellen für österreichische Unternehmen zwar wichtige Zielmärkte dar, die Bedeutung dieser Länder ist aber (noch) etwas geringer als die Schweiz und Italien, und viel niedriger als Deutschland. Die Auslandsorientierung von Unternehmen, die den Übergangsfristen unterliegen (und dabei insbesondere das Bauwesen), liegt deutlich unter dem Durchschnitt aller Unternehmen. Die Internationalisierung wird wesentlich von der (Internationalität der) Eigentümer und der Einbindung des Betriebs in eine Konzernstruktur bestimmt, während die Unternehmensgröße weniger wichtig ist als bei Betrieben aus den untersuchten NMS. Als wichtigste Motive für das Betreiben von Niederlassungen und Kooperationen werden von österreichischen Unternehmen – neben Kostenvorteilen – die Kundennähe und das Marktpotential im Zielland am häufigsten genannt. Die Möglichkeit der Bearbeitung des Heimatmarktes vom Zielland aus wird zwar vergleichsweise selten als entscheidender Grund angegeben, wird aber von manchen Branchen (Transport- aber auch Handelsunternehmen) überdurchschnittlich häufig genannt. Ein strategisches Antwortverhalten der Unternehmen – d.h. eine zu seltene Angabe von Motiven, die gesellschaftlich wenig erwünscht scheinen – kann bei dieser Fragestellung nicht ausgeschlossen werden. Um die potentiellen Verzerrungen durch dieses strategische Antwortverhalten gering zu halten, wurden möglichst neutrale Formulierungen verwendet.²²⁾

Österreichische Unternehmen haben viel seltener konkrete Expansionspläne als Betriebe aus den untersuchten NMS. Dies gilt verstärkt für Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen, und im Speziellen für das Bauwesen. Kaum ein Unternehmen, das zum Erhebungszeitpunkt

²²⁾ So werden in der Formulierung dieser Antwortmöglichkeit ("Bearbeitung des österreichischen Marktes vom Zielland aus") eventuell negativ konnotierte Wörter (wie "Produktionsverlagerung") bewusst vermieden.

den Übergangsfristen unterliegt, plant in den nächsten fünf Jahren eine Marktexpansion nach Tschechien, Ungarn oder die Slowakei. Es können keine Anzeichen gefunden werden, dass österreichische Unternehmen in den nächsten Jahren in einem großen Ausmaß im grenznahen Ausland Niederlassungen gründen werden um damit den österreichischen Markt zu bedienen. Dies gilt insbesondere für die sensiblen Bereiche, die bis April 2011 den Übergangsfristen unterliegen. Mit großem Druck auf den österreichischen Arbeitsmarkt kann über diesen Wirkungskanal nach den vorliegenden Daten nicht gerechnet werden.

Dieses Kapitel ist so strukturiert, dass sich der erste Teil (Kapitel 5.1) mit dem derzeitigen Internationalisierungsverhalten österreichischer Unternehmen befasst. Im Anschluss (Kapitel 5.2) werden die Expansionspläne dahingehend untersucht, ob die Gründung von Niederlassungen mit anschließender Bearbeitung des Heimatmarktes für österreichische Unternehmen eine (in einem relevanten Umfang) wichtige Option darstellt. Es werden daher zuerst die Motive für die Unterhaltung von Niederlassungen und/oder Kooperationen und im Anschluss zukünftige Internationalisierungspläne beleuchtet. Beide Unterkapitel sind so aufgebaut, dass die Analyse nach der Beschreibung und Interpretation von stilisierten Fakten mit statistisch-ökonomischen Schätzungen abgerundet wird.

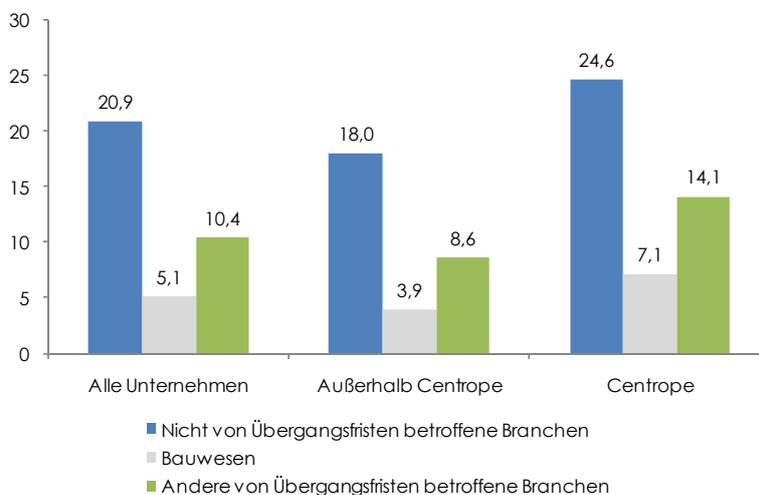
5.1 Derzeitiges Internationalisierungsverhalten

Stilisierte Fakten

Mit 19,0% der österreichischen Unternehmen ist beinahe jeder fünfte Betrieb auf Auslandsmärkten tätig. Damit ist die Internationalisierungsneigung in Österreich ähnlich hoch wie in Ungarn (17,6%) und der Slowakei (20,8%), liegt aber deutlich unter der Außenorientierung der tschechischen Wirtschaft, wo mehr als jedes dritte Unternehmen (35,6%) Umsätze auch außerhalb des Heimatmarktes erwirtschaftet. Dessen ungeachtet stellen ausländische Zielmärkte einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar: Die international tätigen Unternehmen erwirtschaften durchschnittlich mehr als ein Drittel (37,6%) ihres Umsatzes außerhalb von Österreich.

Wie in den untersuchten NMS ist die Internationalisierungsbereitschaft auch im österreichischen Teil der CENTROPE höher: So sind (hochgerechnet) 22,9% der Betriebe im Burgenland, in Niederösterreich und in Wien außerhalb des Heimatmarktes tätig. Die Auslandsorientierung ist in den südlichen und westlichen Bundesländern um 6,8 Prozentpunkte niedriger. Noch deutlicher als das regionale Gefälle sind jedoch sektorale Unterschiede (Abbildung 5.1). In Branchen, die nicht den Übergangsregelungen unterliegen, ist die Internationalisierungsneigung mit 20,9% drei Mal so hoch wie in den von den Reglementierungen erfassten Sektoren (7,0%). Insbesondere das Bauwesen weist eine starke Binnenorientierung auf: Nur 5,1% der Bauunternehmen erwirtschaften Teile ihres Umsatzes im Ausland, während in den anderen, von Übergangsregeln erfassten Bereichen immerhin noch jedes zehnte Unternehmen (10,4%) auf Auslandsmärkten aktiv ist. In allen drei Branchengruppen weisen Unternehmen innerhalb der CENTROPE eine höhere Internationalisierungsneigung auf als im restlichen Bundesgebiet.

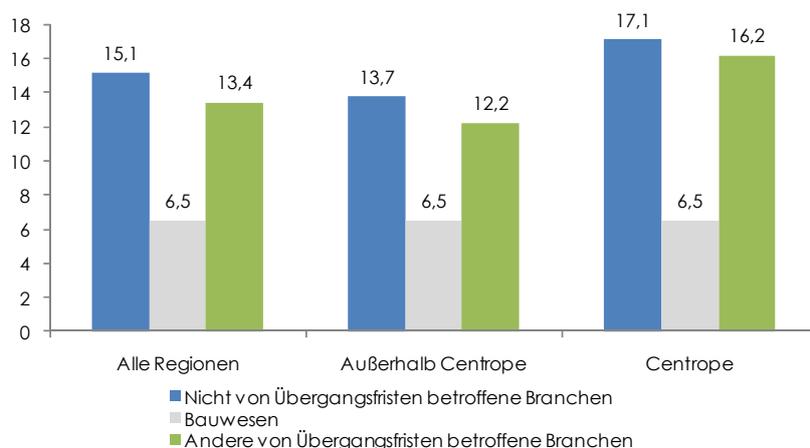
Abbildung 5.1: Internationalisierungsneigung österreichischer Unternehmen



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Neben der geringen Auslandsorientierung ist auch das Potential für zukünftige Internationalisierungsschritte im Bauwesen gering. Unter den Bauunternehmen, die derzeit nur im Inland tätig sind, ist nur für etwa jeden 15. Betrieb (6,5%) eine Bearbeitung ausländischer Märkte grundsätzlich vorstellbar. Das Internationalisierungspotential ist bei nicht von den Übergangsregeln betroffenen Unternehmen (mit 15,1%) sowie anderen betroffenen Betrieben (mit 13,4 %) mehr als doppelt so hoch. Abseits vom Bauwesen ist die Bereitschaft, auch Auslandsmärkte zu bearbeiten, innerhalb der CENTROPE um etwa 3½ Prozentpunkte höher. Der "Vorsprung" in der Internationalisierungsneigung der CENTROPE-Region gegenüber den südlichen und westlichen Bundesländern dürfte sich in nächster Zeit daher eher vergrößern.

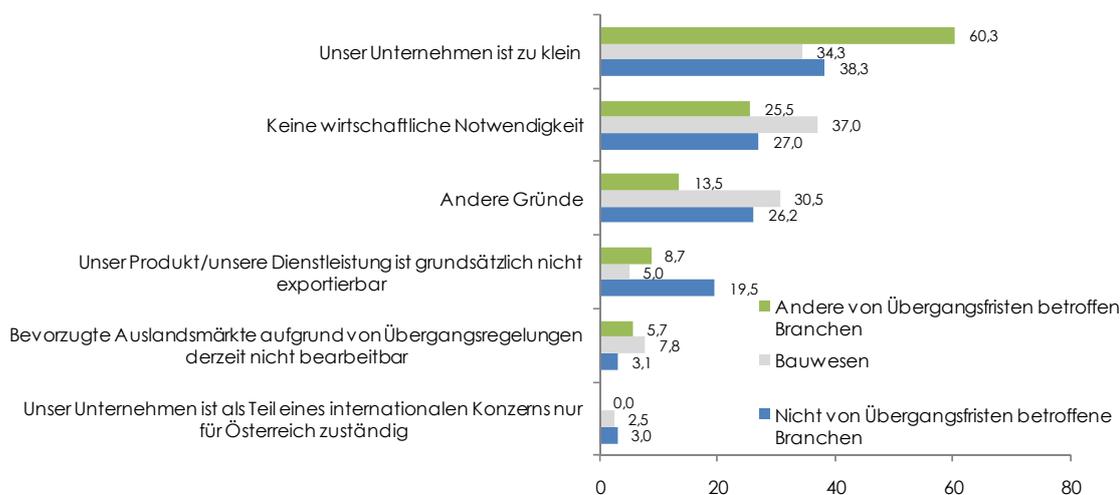
Abbildung 5.2: Tätigkeiten auf Auslandsmärkten grundsätzlich vorstellbar



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen die nicht international tätig sind, WIFO-Berechnungen.

Die als zu klein erachtete Unternehmensgröße ist der am häufigsten genannte Grund, warum für österreichische Unternehmen das Bearbeiten von Auslandsmärkten grundsätzlich unvorstellbar ist. Mit 39,1% wird dieser Grund von mehr als jedem dritten Unternehmen genannt. Im Besonderen gilt dies für die von den Übergangsregeln erfassten Unternehmen abseits der Baubranche, wo 60,3% der Betriebe dies als Grund nennen. Mehr als jedes vierte Unternehmen (28,1%) sieht keine wirtschaftliche Notwendigkeit, sein Marktgebiet auszuweiten oder hat andere Gründe (25,9%). Für beinahe jedes fünfte Unternehmen (19,5%), das nicht den Übergangsregeln unterliegt, ist die mangelnde Exportierbarkeit der hergestellten Güter oder der erbrachten Dienstleistungen ein Grund, dass die Betriebe von der Bedienung von Auslandsmärkten ausschließt. Für die Branchen, die von den Übergangsregeln betroffen sind, ist dieser Grund allerdings viel weniger wichtig und wird nur von 6,3% der Betriebe genannt. Die Übergangsregeln sind auch für österreichische Unternehmen von untergeordneter Bedeutung (3,8%). Die Gründe, warum eine Auslandsexpansion für die Betriebe unmöglich erscheint, sind in Österreich sehr ähnlich wie in Tschechien, Ungarn und der Slowakei ausgeprägt.

Abbildung 5.3: Gründe, warum Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht vorstellbar ist (Mehrfachnennungen möglich)



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen, für die eine Tätigkeit auf Auslandsmärkten grundsätzlich nicht vorstellbar ist, WIFO-Berechnungen.

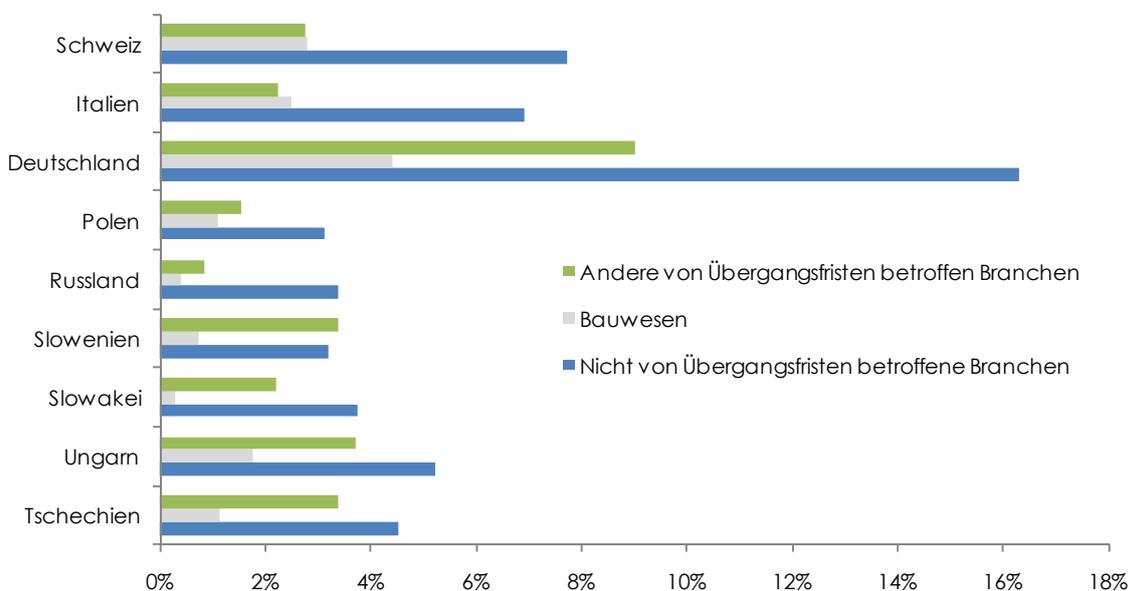
Betrachtet man die Zielländer grenzüberschreitender Aktivitäten (Abbildung 5.4), so ist Deutschland der mit großem Abstand beliebteste Zielmarkt. Mit 14,9% erwirtschaftet mehr als jedes siebente Unternehmen Umsätze in diesem Land. Das bedeutet, dass mehr als drei Viertel der internationalisierten Unternehmen (auch) den deutschen Markt bearbeiten. Die Schweiz (7,0%) und Italien (6,3%) sind nach Deutschland die am häufigsten gewählten Zielländer der grenzüberschreitenden Marktausweitungen. Es folgen die Länder der CENTROPE-Region, wobei Ungarn das wichtigste Zielland darstellt. Mit 4,8% ist ein größerer Anteil österrei-

chischer Unternehmen auf dem ungarischen Markt zu finden als ungarische Betriebe in Österreich (mit 3,9%). Die Auslandsorientierung in die beiden anderen Länder der CENTROPE-Region ist etwas geringer und liegt bei 4,2% (Tschechien) bzw. 3,4% (Slowakei). Damit ist der Anteil österreichischer Unternehmen in diesen Ländern etwas geringer als der Teil der tschechischen (mit 6,2%) und der slowakischen Betriebe (mit 4,3%) in Österreich.

In sektoraler Hinsicht ist die Schlussfolgerung bei der Betrachtung der Zielländer ähnlich wie bei der allgemeinen Internationalisierungsneigung: Die Sektoren, die den Übergangsregelungen unterworfen sind, insbesondere aber das Bauwesen, weisen eine niedrige Auslandsorientierung auf. Am (relativ) geringsten ist der Rückstand in den Zielmärkten Schweiz und Italien, während kaum ein Bauunternehmen auf dem slowakischen Markt tätig ist.

Abbildung 5.4: Zielländer der Internationalisierung österreichischer Unternehmen

Anteile in %

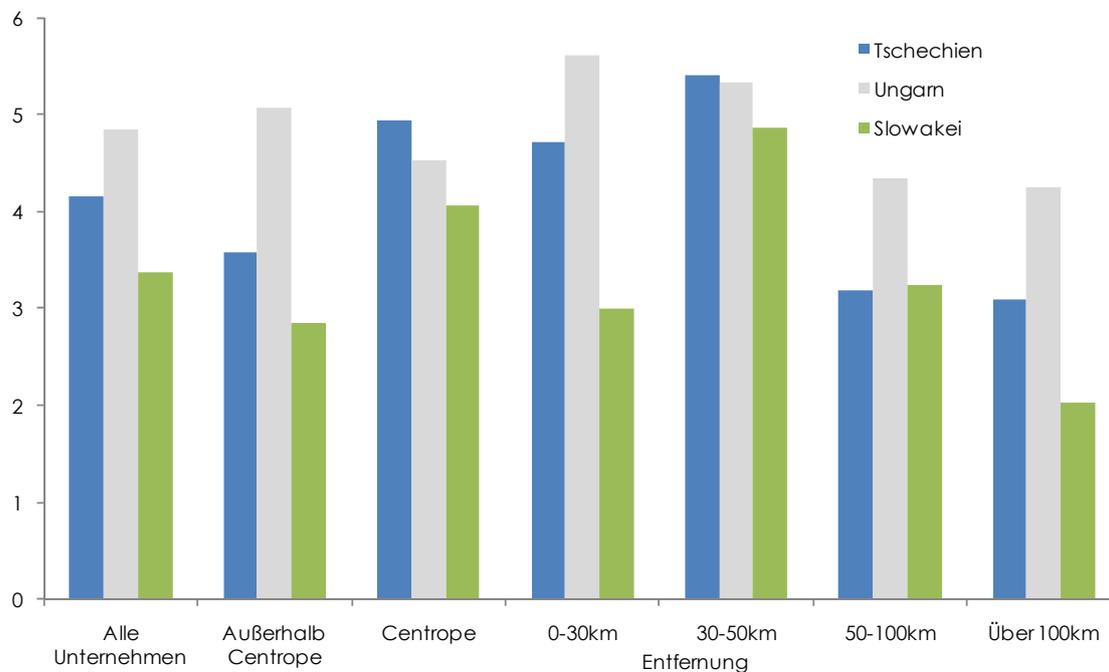


Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Die höhere Auslandsorientierung von Unternehmen nahe der Grenze zu den untersuchten Ländern der NMS ist insgesamt auch für die Zielländer Tschechien, Ungarn und die Slowakei sichtbar. So ist die Internationalisierungsneigung innerhalb der CENTROPE für Tschechien um 1,4 Prozentpunkte (PP) und für die Slowakei als Zielland um 1,2 PP höher, während sie für Ungarn um einen halben Prozentpunkt niedriger ist. Kategorisiert man die Unternehmen nach ihrer Entfernung zur (nächstgelegenen) Grenze zu den untersuchten NMS so zeigt sich auch dabei, dass die Internationalisierungsneigung mit zunehmender Distanz tendenziell abnimmt (Abbildung 5.5). Der Anteil der im Ausland tätigen Unternehmen ist bei Betrieben, die weniger als 50 Kilometer von der nächsten Grenze entfernt sind, um 1,2 PP (Ungarn), 1,7 PP (Slowakei) bzw. 2,1 PP (Tschechien) höher als bei Betrieben mit einer größeren Distanz zur Grenze.

Abbildung 5.5: Internationalisierungsneigung österreichischer Unternehmen nach Entfernung zur Grenze

Anteile in %



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Bei österreichischen Betrieben ist die Unternehmensgröße ein relevanter Bestimmungsgrund der Auslandsorientierung (Übersicht 5.1). Die Internationalisierungsneigung ist bei großen und mittleren Unternehmen (mit 9,3% bzw. 9,1%) etwa doppelt so hoch wie bei Kleinst- (5,7%) und Kleinbetrieben (4,3%). Die Distanzabhängigkeit zeigt (außer bei mittleren Unternehmen) den erwarteten Zusammenhang, dass die Internationalisierungsneigung mit zunehmender Entfernung zur Grenze tendenziell abnimmt. Die in Übersicht 5.1 ausgewiesenen Ergebnisse sind aber nicht für jede Entfernungskategorie ganz eindeutig. Allerdings ist bei Kleinst- und Kleinbetrieben (die mehr als zwei Drittel der hochgerechneten Stichprobe ausmachen) die Wahrscheinlichkeit, in (zumindest) einem der drei Zielländer tätig zu sein, für grenznahe Betriebe (bis 50 km) mit jeweils 6,6% merklich höher als für weiter entfernt liegende Kleinst- bzw. Kleinunternehmen (mit 4,3% bzw. 2,1%).

Übersicht 5.1: Anteil der in Tschechien und/oder Ungarn und/oder der Slowakei tätigen Unternehmen nach Größe und Entfernung

Anteile in %

	Kleinstunternehmen (0-9 Mitarbeiter)	Kleinunternehmen (10-49 Mitarbeiter)	Mittlere Unternehmen (50-249 Mitarbeiter)	Große Unternehmen (250+ Mitarbeiter)
Alle Unternehmen	5,70	4,31	9,13	9,27
<i>Entfernung in km</i>				
0-30	9,63	2,07	6,00	8,40
30-50	5,84	9,43	7,12	19,84
50-100	8,52	1,04	13,58	4,47
über 100	1,87	2,69	9,36	8,43

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Ökonometrische Schätzung

Die ökonometrische Analyse bestätigt, dass die den Übergangsfristen unterliegenden Sektoren (und dabei das Bauwesen im Besonderen) eine niedrigere Auslandsorientierung aufweisen. Neben Unternehmen mit (zumindest teilweise) internationalen Eigentümern sind in Konzernstrukturen eingebundene Betriebe häufiger in anderen Ländern tätig, während die Unternehmensgröße die Internationalisierungsbestrebungen in einem geringeren Ausmaß begünstigt als in Tschechien, Ungarn oder der Slowakei.

Um die Determinanten der Internationalisierungsneigung als auch der ziellandspezifischen Marktexpansion adäquat identifizieren zu können, werden auch an dieser Stelle mehrere ökonometrische Modelle geschätzt (Übersicht 5.2): In Modell 11 und 12 werden die Bestimmungsgründe einer (nicht ziellandspezifischen) Internationalisierung geschätzt, wobei in Modell 12 auch die Zugehörigkeit zu den Branchenklassen berücksichtigt wird. Im Modell 13 werden die Auslandsaktivitäten in die anderen Länder der CENTROPE-Region analysiert, während im Modell 14 alle für die österreichischen Unternehmen abgefragten Zielländer in die Untersuchung einfließen.

Betriebe im österreichischen Teil der CENTROPE sind um 7,2 Prozentpunkte häufiger auf Auslandsmärkten tätig als Unternehmen in den westlichen und südlichen Bundesländern (Modell 12). Eine geringere Entfernung zu den Grenzen zu den NMS hat ebenfalls eine positive Wirkung auf die Internationalisierungsneigung (Modell 11). Betrachtet man die Auslandsaktivitäten nach Tschechien, Ungarn und in die Slowakei, weisen Unternehmen innerhalb der CENTROPE eine um 1,7 Prozentpunkte höhere Internationalisierungsneigung auf (Modell 13). Die Berücksichtigung aller abgefragten Zielländer (Modell 14) halbiert den Parameter über die Herkunftsregion, der positive Zusammenhang bleibt aber statistisch signifikant. Während in den NMS die höhere Internationalisierungsneigung von Unternehmen in der CENTROPE-Region vor allem auf die Tätigkeit in Österreich zurückzuführen ist, ist im österreichischen Teil der Stichprobe insgesamt die Auslandsorientierung in der CENTROPE etwas größer als in den westlichen und südlichen Bundesländern.

Unternehmen, die den Übergangsfristen unterliegen, weisen eine um 5,9 Prozentpunkte niedrigere Auslandsorientierung auf, wobei die Bauunternehmen um (zusätzlich) 6,4 Prozentpunkte weniger internationalisiert sind (Modell 11). Die Branchen, die den Übergangsfristen unterliegen, umfassen das gesamte Bauwesen, aber auch Teile der Sachgütererzeugung, der sozialen und öffentlichen sowie der sonstigen Dienste. So liegt etwa die Wahrscheinlichkeit, dass ein Unternehmen der Sachgütererzeugung, das den Übergangsfristen unterliegt, international tätig ist, um 5,9 Prozentpunkte unter der Internationalisierungsneigung eines nicht beschränkten Sachgüterproduzenten. Da alle Bauunternehmen auch den Übergangsfristen unterliegen, sind Unternehmen der Baubranche daher um 12,3 Prozentpunkte²³⁾ seltener aus Auslandsmärkten tätig als Betriebe der Land- und Forstwirtschaft (der Referenzkategorie).

Wird die Branchenzugehörigkeit in der Analyse weggelassen (Modell 12), ist die Internationalisierungsneigung von Unternehmen, die von den Übergangsregeln erfasst werden, sogar um 11,7 Prozentpunkte niedriger. Demgegenüber weist der Handel – neben der Sachgütererzeugung – die höchste Auslandsorientierung auf. So ist die Internationalisierungsneigung im Handel um 11,2 Prozentpunkte höher als beim Bauwesen (Modell 12), betrachtet man die Auslandsaktivitäten nach Zielländern beträgt der Vorsprung etwa 4,5 Prozentpunkte (Modell 13 und 14). In den untersuchten NMS sind diese beiden Branchen hingegen ähnlich stark internationalisiert. Am unteren Ende der Auslandsorientierung finden sich (neben dem Bauwesen) die personenbezogenen sowie die sozialen und öffentlichen Dienste.

Die wichtigsten innerbetrieblichen Erklärungsvariablen sind die Internationalität der Eigentümerstruktur und ob das Unternehmen in eine Konzernstruktur eingebunden ist. Beide Faktoren begünstigen die Auslandsorientierung im Vergleich zu Einzelunternehmen mit inländischem Eigentümer in einem sehr großen Ausmaß. Demgegenüber ist die Größe des Unternehmens weniger wichtig. Die Internationalisierungsneigung steigt zwar mit zunehmender Betriebsgröße (mit einer abnehmenden Rate), der Zusammenhang ist aber nicht immer statistisch gut abgesichert (Modell 11) und die Parameterwerte sind (im Betrag) kleiner als bei den entsprechenden Schätzungen zu Unternehmen der NMS (Übersicht 5.2).

Innerhalb der Länder der CENTROPE-Region wird Ungarn geringfügig (und statistisch nicht gut abgesichert) häufiger, die Slowakei allerdings um 0,7 Prozentpunkte seltener als Zielland gewählt als Tschechien (die Referenzkategorie). Die Erweiterung des Untersuchungsraums auf alle abgefragten Zielländer zeigt die äußerst wichtige Stellung von Deutschland als Zielmarkt: Die Internationalisierungswahrscheinlichkeit in diesem Markt ist um 4,9 Prozentpunkte höher als nach Tschechien, während für Italien, aber auch für die Schweiz kein signifikanter Unterschied zur Referenzkategorie gefunden werden kann.

²³⁾ Dieser Wert ergibt sich aus der Summe der beiden Koeffizienten (-5,9 und -6,4).

Übersicht 5.2: Marginale Effekte der Internationalisierung österreichischer Unternehmen

Anzahl Beobachtungen Abhängige Variable	Variable	Referenz	Modell 11 2,931 International tätig		Modell 12 2,935 International tätig		Modell 13 8,814 In CZ, HU oder SK tätig		Modell 14 26,442 Im jeweiligen Land tätig	
			Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.
GENTROPE										
Entfernung Grenze (in 100 km)			-5,73	***	7,24	***	1,65	***	0,86	***
Sektor mit Übergangsfristen			-11,73	***	-5,93	**	-0,46	***	-0,45	***
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert)			2,52	***	5,03	***	1,39	***	1,27	***
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert) (quadratiert)			-0,19	*	-0,44	*	-0,10	*	-0,08	**
Unternehmensalter (in 10 Jahren)			-0,14	***	-0,33	***	0,02	***	-0,04	***
Ausländischer Eigentümer		inländischer Eigentümer	15,56	***	12,54	***	4,06	***	3,69	***
Sowohl in- als auch ausländischer Eigentümer		inländischer Eigentümer	11,53	*	8,01	***	3,32	*	1,85	**
Stammbetrieb / Zentrale		Einzelunternehmen / -	8,66	***	7,61	***	1,49	***	1,69	***
Zweigbetrieb / Filiale		Einzelunternehmen / -	12,20	***	9,03	**	0,95	***	1,16	**
Wirtschaftliche Situation Betrieb										
Eher gut		sehr gut	-3,44	*	-2,96	*	-1,28	***	-1,13	***
Eher schlecht		sehr gut	-7,36	***	-5,17	***	-0,96	**	-1,42	***
Sehr schlecht / k.A.		sehr gut	-2,02		-1,11		-2,17	***	-2,21	***
Sachgütererzeugung		Land- und Forstwirtschaft			9,51		1,06		2,37	
Bauwesen		Land- und Forstwirtschaft			-6,41		-2,53		-2,21	
Handel		Land- und Forstwirtschaft			6,76		1,84		2,33	
Personenbezogene Dienste		Land- und Forstwirtschaft			-13,95	***	-2,95	***	-3,17	***
Soziale und öffentliche Dienste		Land- und Forstwirtschaft			-10,54	***	-2,15	***	-1,97	***
Sonstige Dienste		Land- und Forstwirtschaft			5,60		-0,42		0,36	
Ungarn		Tschechien					0,23		0,23	
Slowakei		Tschechien					-0,70	*	-0,70	**
Slowenien		Tschechien							-0,86	***
Russland		Tschechien							-1,45	***
Polen		Tschechien							-1,24	***
Deutschland		Tschechien							4,92	***
Italien		Tschechien							-0,08	
Schweiz		Tschechien							0,71	

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. – *** signifikant auf 1%-Niveau, ** signifikant auf 5%-Niveau, * signifikant auf 10%-Niveau.

5.2 Expansionspläne in bisher nicht bearbeitete Märkte

In diesem Kapitel werden die zukünftigen Expansionspläne österreichischer Unternehmen skizziert. Im Besonderen wird analysiert, ob und wie die Internationalisierungsabsichten der Betriebe die Konkurrenzsituation auf dem österreichischen (Arbeits- und Güter-) Markt beeinflussen können. In Kapitel 4 wurde gezeigt, dass die Zahl der Konkurrenzunternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei in den nächsten Jahren merklich anwachsen wird. Dies trifft in besonderem Maße für jene Branchen zu, die derzeit den Übergangsregelungen unterliegen. Ein zweiter Kanal, wie durch das Auslaufen der Übergangsfristen der österreichische Arbeitsmarkt (in den entsprechenden Branchen) unter Druck geraten könnte, ist, dass österreichische Unternehmen Niederlassungen im (grenznahen) Ausland gründen oder erwerben, und von diesen Zweigstellen Arbeitskräfte zu Kunden in Österreich (z.B. Baustellen) temporär entsenden. Da diese Möglichkeit der Bedienung des österreichischen Marktes bis zum Auslaufen der Übergangsfristen im April 2011 nicht möglich ist, wird auch bei der Analyse der Expansionspläne die sektorale Unterteilung in das Bauwesen, andere Branchen, die von den Übergangsregeln erfasst werden, und nicht von den Übergangsfristen betroffenen Sektoren beibehalten.

Obwohl insgesamt (d.h. für alle Sektoren) negativen Auswirkungen der starken österreichischen Investitionstätigkeit in den mittel- und osteuropäischen Staaten auf die heimische Beschäftigung bisher nicht eindeutig nachgewiesen werden konnten (Wolfmayr, 2010) gibt es für einzelne Branchen Beispiele mit (für den heimischen Arbeitsmarkt) unerfreuliche Konsequenzen. Im Transportgewerbe (für den Fernverkehr) werden Fahrzeuge großer Speditionen zu einem beträchtlichen Teil (meist über Niederlassungen) in einem anderen Land angemeldet.²⁴⁾ Diese Praxis ist – in Anlehnung an den Schiffsverkehr – als "Ausflagging" bekannt (Kummer – Nagl – Einbock, 2006 für eine umfangreichere Darstellung des Themas).²⁵⁾ Neben dem Entfall von Steuereinnahmen führt die Praxis des Ausflaggens dazu, "dass in der Regel die ausgeflaggten Fahrzeuge auch durch ausländische Lenker gefahren werden" (§. 12). Neben der hohen (internationalen) Konkurrenz im Transportgewerbe führt das Ausflagging zu einem großen Druck auf den österreichischen Arbeitsmarkt: Die Beschäftigungsentwicklung im Transportgewerbe verläuft unterdurchschnittlich und die Fahrerlöhne stagnieren. Der überwiegend negative Beschäftigungseffekt könnte daran liegen, dass im Transportgewerbe (etwa im Gegensatz zu Banken) größere Teile der Wertschöpfungskette ins Ausland verlagert werden (müssen). Insgesamt weisen die NMS – und in dieser Staatengruppe vor allem Tschechien und die Slowakei – die höchste Attraktivität als Ausflaggingenzieland auf (Kummer – Nagl – Einbock, 2006). Als wichtigste Gründe für die Zulassung der Fahrzeuge außerhalb Österreichs

²⁴⁾ Schramm – Kummer – Nagl (2010) erwarten, dass im Jahr 2011 die Mehrheit der LKWs von großen österreichischen Speditionen (mit einer Größe von mehr als 20 LKWs) in anderen Ländern angemeldet sein wird.

²⁵⁾ Der Begriff des Ausflaggens umfasst das Abmelden von Fahrzeugen im Inland und Zulassung im Ausflaggingenzieland ("direkte Ausflagging") sowie das Durchführen der Zulassung im Zielland anstelle des Erwerbs und der Anmeldung in Österreich ("indirekte Ausflagging").

werden in der genannten Studie die Höhe der Löhne und der Lohnnebenkosten in den Zielländern angeführt.

Die Fallstudie über die Transportwirtschaft zeigt, dass Erwartungen über steigenden Konkurrenzdruck über diesen Wirkungskanal nicht unbegründet sind. Die Ausgangslage ist aber in den derzeit von den Übergangsregelungen betroffenen Branchen etwas anders: Werden Arbeitskräfte aus Unternehmen der NMS nach Österreich entsandt, muss nach der Entsende-Richtlinie (Richtlinie 96/71/EG) die Entlohnung der entsandten ArbeitnehmerInnen dem österreichischen Kollektivvertrag entsprechen. Dabei ist es unerheblich, ob es sich beim entsendenden Unternehmen um einen Einzelbetrieb oder um eine Niederlassung eines österreichischen Unternehmens handelt. Das niedrigere Lohnniveau in den NMS kann daher nur in einem sehr begrenzten Umfang genutzt werden. Natürlich bestehen Anreize und auch Möglichkeiten, diese Regelungen zu umgehen: So könnten etwa Fachkräfte als Hilfsarbeiter eingestellt werden oder falsche Zeitaufzeichnungen geführt werden. In einem zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie (Februar 2011) in Begutachtung befindenden Gesetzesentwurf²⁶⁾ werden Strafausmaß bei Nichteinhaltung der Mindestlohnbestimmungen, die Kompetenzen der Kontrollbehörden und die Möglichkeit einer Verbandsklage festgehalten (siehe dazu Kapitel 7.2).

Um abschätzen zu können, ob die Gründung von Niederlassungen in grenznahen Regionen der NMS in den Plänen der Unternehmen eine relevante Rolle spielt, werden zuerst die Gründe der Betriebe untersucht, die bereits zum Erhebungszeitpunkt Niederlassungen oder Kooperationen im Ausland betreiben. Im Anschluss werden die Expansionspläne und deren Bestimmungsgründe untersucht.

Es zeigt sich, dass die Bearbeitung des Heimatmarktes durch ausländische Tochterunternehmen insgesamt selten als Motiv für das Betreiben von Niederlassungen genannt wird, für verschiedene Branchen aber von sehr unterschiedlicher Bedeutung ist. Im Vergleich zu Betrieben aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei weisen österreichische Unternehmen in einem viel geringeren Ausmaß Expansionspläne auf ausländische Märkte auf. Dies gilt insbesondere für das Bauwesen, wo es nur in äußerst geringem Umfang Pläne für eine grenzüberschreitende Marktausweitung gibt. Das Potential, das österreichische Unternehmen nach dem Auslaufen der Übergangsfristen Niederlassungen im Ausland gründen, um den österreichischen Markt zu versorgen, kann daher als eher gering eingeschätzt werden.

Motive für Niederlassungen und Kooperationen

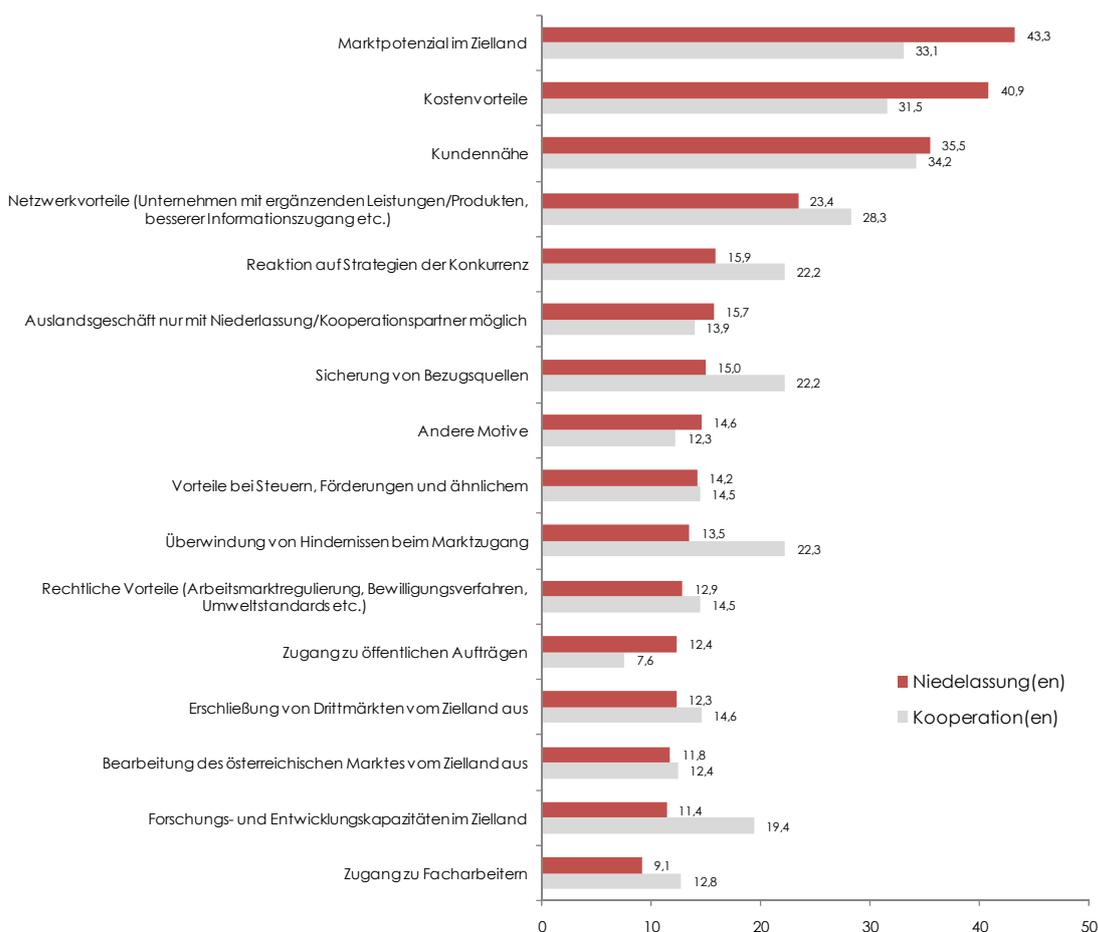
Die Angaben der Unternehmen (die bereits Niederlassungen und/oder Kooperation im Ausland betreiben) über deren Motive, Niederlassungen oder Kooperation zu betreiben oder zu planen, zeigen ein heterogenes Muster: Mehr als 40% der Unternehmen, die Niederlassungen betreiben, geben das Marktpotential im Zielland und Kostenvorteile, immer noch jeder dritte Betrieb gibt die Kundennähe als ausschlaggebenden Grund für das Betreiben einer Nieder-

²⁶⁾ http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/ME/ME_00181/fnameorig_192188.html, abgerufen am 15.02.2011

lassung an. Bei Unternehmen, die Kooperationen unterhalten, werden diese drei Motive auch am häufigsten genannt (von etwa jedem dritten Betrieb). Die am häufigsten genannten Gründe betreffen sowohl bei Niederlassungen als auch bei Kooperationen daher die Produktionsseite (Kostenvorteile), als auch den Absatz (Marktpotential und Kundennähe). Für mehr als jedes fünfte Unternehmen ist für das Unterhalten einer Kooperation die Sicherung von Bezugsquellen wichtig. Im gleichen Ausmaß werden eine Reaktion auf Konkurrenten oder die Möglichkeit zur Überwindung von Hindernissen zum Marktzugang als Beweggründe angegeben. Für etwa jedes siebente Unternehmen sind Vorteile bei Steuern und Förderungen ausschlaggebend um eine Niederlassung oder eine Kooperation zu betreiben. Im Vergleich zu Auslandskooperationen, wo die Beweggründe gleichmäßiger verteilt sind, sind die Antworten beim Betrieb von Niederlassungen stärker auf eine kleine Anzahl von Motiven konzentriert.

Abbildung 5.6: Motive österreichischer Unternehmen, um Niederlassungen/Kooperationen zu betreiben bzw. zu planen

Anteile der Unternehmen in %



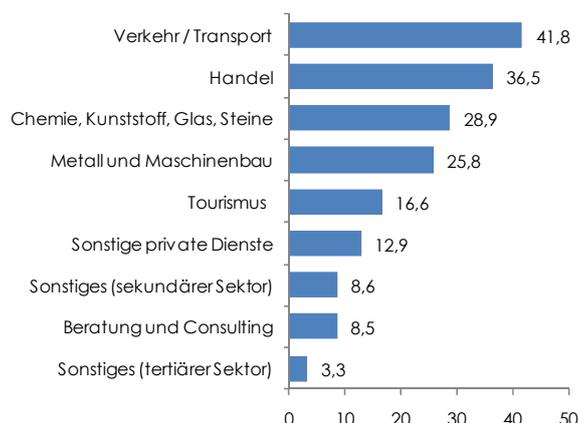
Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen die Niederlassungen bzw. Kooperationen im Ausland betreiben, WIFO-Berechnungen.

Etwa jedes achte Unternehmen nennt als ausschlaggebendes Motiv für eine Niederlassung und/oder Kooperation im Zielland die Bearbeitung des österreichischen Marktes. Da ein strategisches Antwortverhalten der Unternehmen nicht ausgeschlossen werden kann, kann dieser Anteil als Untergrenze interpretiert werden. Wird dieses Motiv aber nach Branchen aufgeschlüsselt zeigt sich, dass die Bearbeitung des Heimatmarktes für manche Bereiche ein sehr häufig genanntes Argument ist. Abbildung 5.7 zeigt den Anteil der Unternehmen, die diesen Grund für den Betrieb einer Niederlassung und/oder für das Unterhalten einer Kooperation angeben. Am öftesten wird die Bedienung des Heimatmarktes vom Zielland im Transportgewerbe genannt, wo 41,8% der Unternehmen dies als wichtiges Motiv sehen. Wie in der Einleitung dieses Kapitels bereits ausgeführt, ist die Bearbeitung des Heimatmarktes von einem ausländischen Tochterunternehmen im Transportgewerbe von sehr großer Bedeutung. Ähnliches gilt auch für den Handel und einige Branchen der Sachgütererzeugung: Für mehr als jeden dritten Handelsbetrieb (36,5%), und immerhin noch für mehr als jedes vierte Unternehmen der chemischen Industrie und der Metallbranche stellt dies einen wichtigen Grund dar. Die Bearbeitung des Heimatmarktes durch eine Niederlassung im Zielland kann aber auch durch andere Erbringungsformen (etwa durch direkten Export) erfolgen. Der Anteil der Unternehmen, die durch eine Niederlassung den Heimatmarkt mittels Entsendung von Arbeitskräften bedienen, ist daher jedenfalls noch geringer (wurde aber nicht explizit abgefragt).

Da die Zahl der Unternehmen mit Auslandsniederlassungen oder -kooperationen in manchen Branchen klein ist, ist die statistische Unsicherheit der in Abbildung 5.7 ausgewiesenen Zahlen (im Vergleich zu den anderen deskriptiven Auswertungen) relativ groß. Branchen mit weniger als 10 Unternehmen, die Niederlassungen oder Kooperationen betreiben (wie etwa die Baubranche), werden daher in Abbildung 5.7 nicht ausgewiesen.

Abbildung 5.7: *Bearbeitung des Heimatmarktes als ausschlaggebendes Motiv um Niederlassung und/oder Kooperation zu betreiben (nach Branchen)*

Anteile in %



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen die Niederlassungen und/oder Kooperationen im Ausland betreiben, WIFO-Berechnungen.

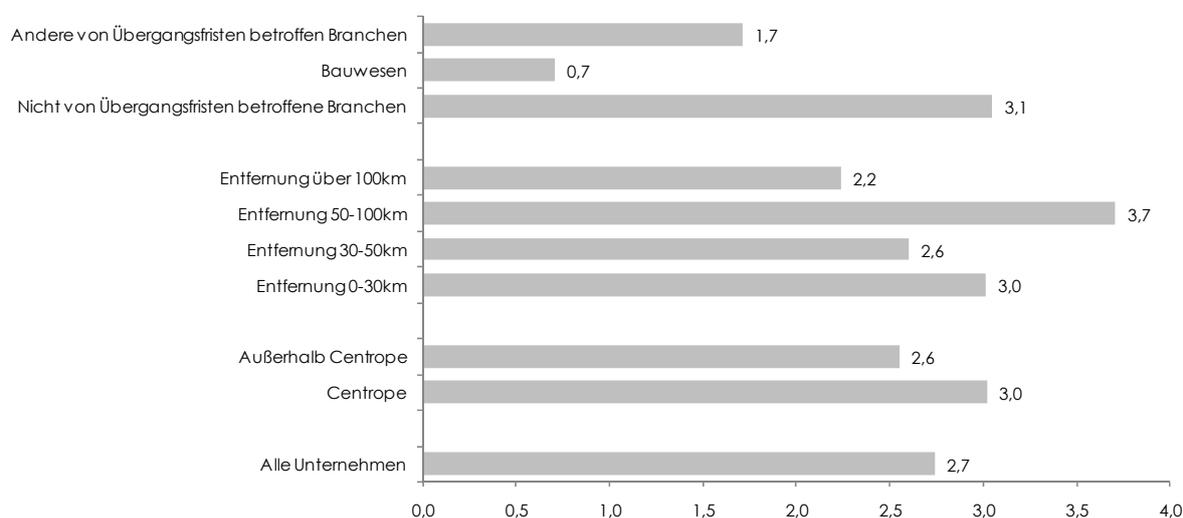
Expansionspläne für noch nicht bearbeitete Zielmärkte

Die Bereitschaft österreichischer Unternehmen, in den nächsten fünf Jahren die Auslandsorientierung zu verstärken, ist äußerst gering: Lediglich 2,7% der Betriebe, die zum Erhebungszeitpunkt nur im Inland tätig sind, planen konkrete Internationalisierungsschritte. Dieser Wert ist weniger als halb so hoch wie in Tschechien (mit 6,0%), und liegt unter einem Drittel verglichen mit den Expansionsplänen ungarischer (10,3%) und slowakischer Unternehmen (9,1%). Wie in Abbildung 5.8 ersichtlich weisen die Unternehmen im österreichischen Teil der CENTROPE-Region (Burgenland, Niederösterreich und Wien) mit 3,0% etwas häufiger Expansionspläne auf als Betriebe im Süden und Westen des Landes (mit 2,6%). Eine Kategorisierung der Unternehmen nach der Entfernung zum nächstgelegenen Grenzübergang nach Tschechien, Ungarn oder der Slowakei liefert keine Hinweise darauf, dass grenznahe Unternehmen künftig verstärkt Internationalisierungsschritte setzen werden.

Deutliche Unterschiede finden sich allerdings zwischen den Sektoren: So sind in Branchen, die nicht unter die Übergangsfristen fallen, überdurchschnittlich viele Unternehmen mit Expansionsplänen zu finden (mit 3,1%), während kaum ein Bauunternehmen (0,7%) den Schritt auf Auslandsmärkte plant. Von den Übergangsfristen betroffene Bereiche abseits der Baubranche haben mit 1,7% ebenfalls unterdurchschnittlich häufig Pläne, ihr Marktgebiet über die Grenze auszuweiten.

Abbildung 5.8: Geplante grenzüberschreitende Expansion in den nächsten 5 Jahren

Anteile in %



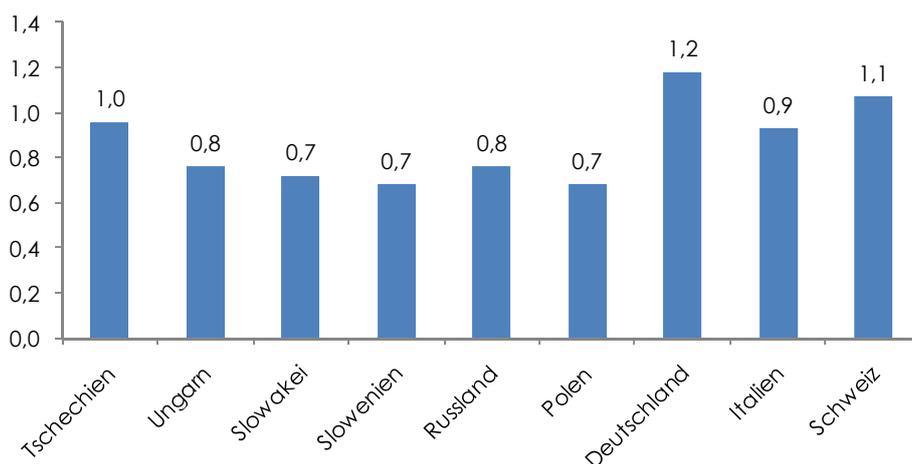
Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: alle nicht international tätigen Unternehmen, WIFO-Berechnungen.

Die wichtigsten Auslandsmärkte Deutschland und Schweiz sind auch jene Länder, für die am häufigsten konkrete Expansionsabsichten vorliegen: 1,2% aller Unternehmen, die nicht in Deutschland tätig sind, und 1,1% der Betriebe, die den Schweizer Markt derzeit nicht bedie-

nen, planen in den nächsten Jahren eine Expansion in diese Länder (Abbildung 5.9). Das geringe Ausmaß von (allgemeinen, nicht länderspezifischen) Internationalisierungsplänen spiegelt sich auch in der Analyse der einzelnen Ziellmärkte wider: Abseits von Deutschland und der Schweiz wird jedes andere abgefragte Land von weniger als 1% der Betriebe als Ziel ihrer Expansionspläne genannt. Demgegenüber geben von den Unternehmen aus den neuen Mitgliedstaaten, die zum Erhebungszeitpunkt nicht den österreichischen Markt bedienen, 3,2% der tschechischen, 5,5% der ungarischen und 5,6% der slowakischen Betriebe an, in den nächsten fünf Jahren eine Marktausweitung nach Österreich zu planen.

In Abbildung 5.9 wird von der vorher verwendeten sektoralen Kategorisierung abgesehen, da von den über 300 Bauunternehmen in der Stichprobe nur zwei, von fast 200 Betrieben aus anderen von Übergangsregelungen betroffenen Branchen nur sechs überhaupt ihr Marktgebiet zu erweitern planen. Von diesen Unternehmen plant kein einziges Unternehmen eine Marktausweitung nach Tschechien, Ungarn oder die Slowakei.

Abbildung 5.9: Zielländer der Expansionspläne österreichischer Unternehmen

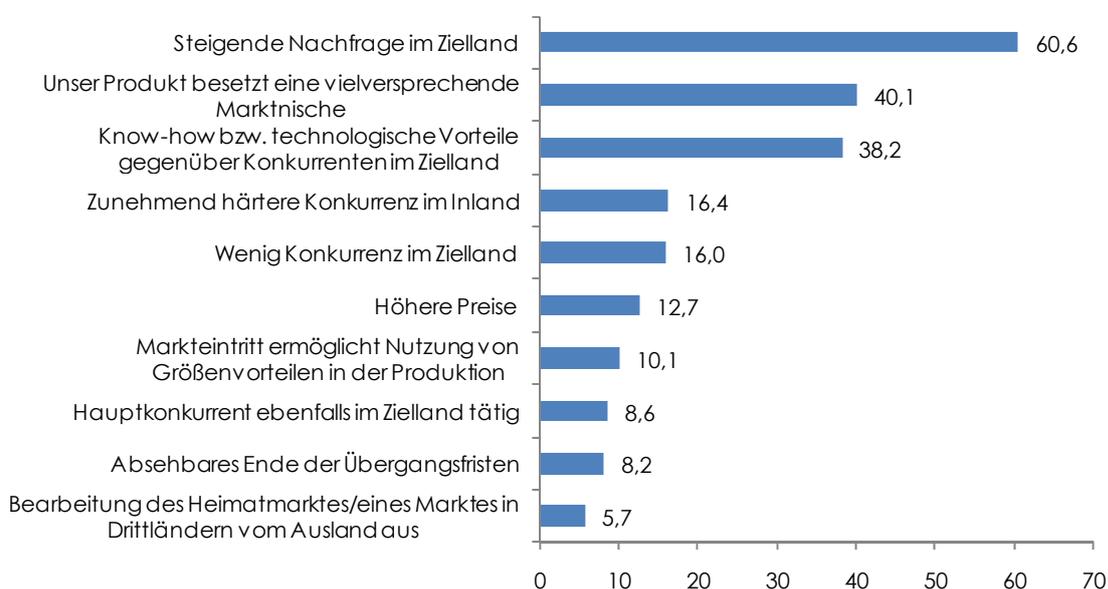


Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: alle nicht in den jeweiligen Ländern tätigen Unternehmen, WIFO-Berechnungen.

Als wichtigstes Motiv einer geplanten grenzüberschreitenden Expansion geben die österreichischen Unternehmen – wie die Betriebe aus den untersuchten NMS – die steigende Nachfrage im Zielland an: Mit über 60% wird dieses Argument noch häufiger genannt als in Tschechien, Ungarn und der Slowakei, wo mehr als jedes zweite Unternehmen die Nachfrage im Zielland als wichtigen Grund angibt. Etwa 40% der Unternehmen sieht das Besetzen einer Marktnische und technologische Vorteile im Zielland als Expansionsgrund. Demgegenüber werden diese Punkte nur von jedem vierten (Marktnische) bzw. jedem fünften Unternehmen (technologischer Vorteile) aus den untersuchten Ländern der NMS als Wettbewerbsvorteile betrachtet. Höhere Preise werden hingegen nur von 13% der österreichischen Unternehmen als Motiv genannt, während dieser Grund unter den Betrieben der NMS mehr als doppelt so

häufig (29%) ein wichtiges Motiv darstellt. Betrachtet man die Unterschiede im Lohnniveau zu den NMS überrascht es nicht, dass österreichische Unternehmen auf innovative Produkte (Marktnische, technologische Vorteile) setzen (müssen). Das absehbare Ende der Übergangsfristen und das Bearbeiten des Heimatmarktes vom Zielland aus wird hingegen – ähnlich wie von den Unternehmen der NMS – sehr selten als Motiv genannt (von 8% bzw. 6% der Betriebe). Auch dieser Wert muss als Untergrenze interpretiert werden, da Unternehmen gesellschaftlich eventuell negativ konnotierte Antwortkategorien zu selten als Motive angeben könnten.

Abbildung 5.10: Gründe für geplante Internationalisierung



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Basis: Unternehmen, die Marktexpansion planen, WIFO-Berechnungen.

Ökonometrische Schätzergebnisse der Internationalisierungspläne

Die Ergebnisse der ökonometrischen Schätzung zu den Internationalisierungsplänen österreichischer Unternehmen zeigen, dass die Branchen, für die die Übergangsregeln gelten, signifikant seltener Expansionsabsichten haben. Dies gilt in verstärkter Form für die Bauwirtschaft. Die Unterschiede in den Plänen zur grenzüberschreitenden Marktausweitung sind zwischen den Zielländern gering und statistisch nicht signifikant voneinander verschieden. Die Schätzergebnisse untermauern daher die Schlussfolgerungen aus der deskriptiven Analyse.

Es werden auch an dieser Stelle die Ergebnisse mehrerer Modelle dargestellt (Übersicht 5.3): In den Modellen 15 und 16 werden die (nicht ziellandspezifischen) Expansionsabsichten der Unternehmen erklärt, wobei in Modell 16 die Zugehörigkeit der Betriebe zu Branchengruppen berücksichtigt wird. Im Modell 17 werden die Pläne der Unternehmen für jedes Zielland analy-

siert. Von einer eigenen Schätzung, wo nur die Länder Tschechien, Ungarn und Slowakei als potenzielle Zielmärkte von Expansionsplänen betrachtet werden, wird abgesehen, da die Zahl der Unternehmen, die entsprechende Absichten verfolgen (insbesondere für einige Branchengruppen) zu gering ist. Bei Modell 17 in Übersicht 5.3 findet sich bei zwei Variablen der Begriff "ausgeschlossen". Da kein Unternehmen mit dieser Eigenschaft Expansionspläne hat, tragen diese Beobachtung nichts zur Erklärung bei und müssen deshalb aus der Schätzung ausgeschlossen werden. Durch die geringe Zahl der Unternehmen, die Internationalisierungspläne verfolgen, können – trotz Parameterwerte in ökonomisch relevanter Größe – nur selten statistisch gut abgesicherte Zusammenhänge gefunden werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass Unternehmen der CENTROPE bzw. Betriebe die nahe der Grenze zu den untersuchten NMS gelegen sind zwar eine höhere Internationalisierungsneigung aufweisen, aber geringfügig seltener Expansionspläne verfolgen. Wie bereits in der deskriptiven Darstellung (Abbildung 5.8) zeigt sich auch in der ökonometrischen Schätzung, dass in Sektoren mit Übergangsfristen Unternehmen signifikant seltener Expansionspläne ins Ausland haben: Der Anteil ist nach Kontrolle betrieblicher Charakteristika für diesen Bereich um 5 Prozentpunkte, bzw. nach Kontrolle für Branchengruppen (Modell 16) immer noch um 2,8 Prozentpunkte kleiner. Die Internationalisierungsabsichten sind insbesondere im Bauwesen gering. Lediglich bei personenbezogenen Dienstleistern werden noch seltener Pläne zur grenzüberschreitenden Marktausweitung verfolgt.²⁷⁾ Dies ist ein deutlicher Unterschied zu den Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei, wo Bauunternehmen nach Betrieben der Sachgütererzeugung am zweithäufigsten planen, ihr Marktgebiet auf ausländische Märkte zu erweitern.

Zu den wichtigen innerbetrieblichen Determinanten der Expansionspläne zählt – neben einer sehr positiven Selbsteinschätzung der Unternehmen über ihre wirtschaftliche Situation – ob der Betrieb in eine Konzernstruktur eingebunden ist. Insbesondere Konzernzentralen weisen signifikant häufiger Absichten auf, ihr Marktgebiet auf bisher noch nicht erschlossene Länder zu erweitern. Die Internationalität der Eigentümerstruktur wirkt sich zwar positiv auf Expansionspläne aus, dieser Zusammenhang ist statistisch aber nur unzureichend abgesichert. Die Internationalisierungsabsichten unterscheiden sich zwischen den Zielländern nur geringfügig und in einem statistisch nicht signifikanten Ausmaß.

²⁷⁾ Der Unterschied zwischen diesen beiden Branchengruppen egalisiert sich jedoch, wenn die Variable zur Kontrolle der Sektoren mit Übergangsfristen (die im österreichischen Teil der Stichprobe zu knapp zwei Drittel Bauunternehmen beinhaltet) weggelassen wird.

Übersicht 5.3: Marginale Effekte geplanter Expansion österreichischer Unternehmen

		Modell 15	Modell 16	Modell 17			
Anzahl Beobachtungen		2.934	2.937	24.770			
Abhängige Variable		Geplante Marktausweitung in irgendein Land		Geplante Expansion in jeweiliges Land			
Variable	Referenz	Marg. Eff. ln %	Sign.	Marg. Eff. ln %	Sign.	Marg. Eff. ln %	Sign.
CENTROPE				-0,38		-0,16	*
Entfernung Grenze (in 100 km)		-0,62					
Sektor mit Übergangsfristen		-5,01	***	-2,76	**	-0,48	***
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert)		-0,57		0,42		0,05	
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert) (quadriert)		0,07		-0,05		-0,02	
Unternehmensalter (in 10 Jahren)		-0,28	*	-0,23	*	-0,02	*
Ausländischer Eigentümer	inländischer Eigentümer	2,02		1,70		0,21	
Sowohl in- als auch ausländischer Eigentümer	inländischer Eigentümer	7,48		5,07		1,55	**
Stammbetrieb / Zentrale	Einzelunternehmen/ -betrieb	3,55	***	2,82	**	0,26	**
Zweigbetrieb / Filiale	Einzelunternehmen/ -betrieb	1,01		0,28		-0,15	
<i>Wirtschaftliche Situation Betrieb</i>							
Eher gut	sehr gut	-2,62	**	-1,86	*	-0,20	*
Eher schlecht	sehr gut	-2,47	**	-1,51		-0,24	***
Sehr schlecht/ k.A.	sehr gut	-3,87	**	-3,08	**	ausgeschlossen	
Land- und Forstwirtschaft	sonstige Dienste			ausgeschlossen		ausgeschlossen	
Sachgütererzeugung	sonstige Dienste			-0,36		-0,18	**
Bauwesen	sonstige Dienste			-4,21	***	-0,37	**
Handel	sonstige Dienste			-2,08	***	-0,16	*
Personenbezogene Dienste	sonstige Dienste			-5,60	***	-0,64	***
Soziale und öffentliche Dienste	sonstige Dienste			-3,10	***	-0,15	
Ungarn	Tschechien					0,09	
Slowakei	Tschechien					-0,03	
Slowenien	Tschechien					-0,05	
Russland	Tschechien					0,02	
Polen	Tschechien					-0,10	
Deutschland	Tschechien					0,25	
Italien	Tschechien					-0,13	
Schweiz	Tschechien					0,02	

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen. – *** signifikant auf 1%-Niveau, ** signifikant auf 5%-Niveau, * signifikant auf 10%-Niveau.

5.3 Zusammenfassung

In diesem Kapitel wurden die grenzüberschreitenden Expansionspläne österreichischer Unternehmen und deren Motive untersucht. Insbesondere wurde analysiert, ob die Bearbeitung des österreichischen Marktes durch die Gründung von Niederlassungen im grenznahen Ausland und der Entsendung von Arbeitskräften für Unternehmen in einem ökonomisch relevanten Ausmaß verfolgt werden wird. Diese Erbringungsform für den Heimatmarkt wird durch das Auslaufen der Übergangsfristen im April 2011 auch für jene Branchengruppen ermöglicht, für die die Entsendung von Arbeitskräften davor noch beschränkt ist. Wenn diese Erbringungsform von einer großen Zahl an österreichischen Unternehmen verfolgt wird, hätte dies beträchtliche Folgen für den Arbeitsmarkt in den entsprechenden Branchen.

Im zur Verfügung stehenden Datensatz konnten keine Hinweise gefunden werden, die darauf hindeuten, dass diese Strategie von österreichischen Unternehmen in einem relevanten Ausmaß verfolgt werden wird.

Diese Schlussfolgerung wird einerseits dadurch gestützt, dass der Anteil der österreichischen Unternehmen mit Expansionsplänen sehr gering ist: Mit lediglich 2,7% der noch nicht im Ausland tätigen Betriebe liegt der Anteil der internationalisierungsbereiten Betriebe im Vergleich zu den untersuchten NMS (mit 8,0%) bei einem Drittel. Unternehmen, für die bis April 2011 die Übergangsfristen gelten, haben signifikant seltener Expansionspläne. Dies gilt insbesondere für das Bauwesen, das im Vergleich zu anderen österreichischen Branchen aber auch im Gegensatz zum Bausektor in den NMS unterdurchschnittlich internationalisiert ist und einen vergleichsweise sehr kleinen Anteil an Unternehmen umfasst, der konkrete Expansionspläne verfolgt. Weiters ist die Bearbeitung des österreichischen Marktes ein äußerst selten genanntes Argument für die Gründung von Niederlassungen oder das Unterhalten einer Kooperation. Trotz des Auslaufens der Übergangsregelungen werden die Länder Tschechien, Ungarn und die Slowakei von österreichischen Betrieben (und hier wieder im besonderen Bauunternehmen) als Zielländer von Expansionsplänen nicht häufiger genannt als andere Staaten.

6. Entfernung und Größe des Zielmarktes als Bestimmungsgründe für Auslandsaktivitäten

Die Bedeutung von (geographischer und kultureller) Nähe zum Zielland sowie der Marktgröße und des Marktpotentials des Zielmarktes für Internationalisierungsschritte ist wissenschaftlich gut belegt.²⁸⁾ Die Wichtigkeit wird auch durch die Unternehmen der Stichprobe betont, die die (steigende) Nachfrage (Abbildung 4.11) und das Marktpotential im Zielland (Abbildung 5.6) am häufigsten als Grund für Internationalisierungsaktivitäten oder das Unterhalten von Niederlassungen/Kooperationen angeben. In den beiden vorangegangenen Kapiteln werden bei der Analyse der Internationalisierungsentscheidungen bzw. –absichten die (potenziellen) Zielländer durch Dummy-Variablen abgebildet. Mit dieser Methode konnte die Bedeutung Österreichs als Zielmarkt bereits durchgeführter Auslandsaktivitäten bzw. als Zielland für zukünftige Expansionspläne von Unternehmen der NMS Tschechien, Ungarn und der Slowakei abgeschätzt und mit der Attraktivität anderer Länder als potenzielle Zielmärkte verglichen werden (Kapitel 5). Mit der gleichen Vorgehensweise konnte auch die Bedeutung der NMS für österreichische Unternehmen untersucht und mit anderen wichtigen Zielmärkten (Deutschland, Schweiz, Italien) kontrastiert werden (Kapitel 6). Dadurch war es aber nicht mehr möglich, den Einfluss von ziellandspezifischen Variablen (wie der Marktgröße) auf das Internationalisierungsverhalten zu bestimmen.²⁹⁾ Die Identifizierung des Zusammenhangs zwischen der Entfernung von Unternehmen und Zielmarkt³⁰⁾ und der Auslandsorientierung wäre zwar theoretisch möglich, aber mit hoher statistischer Unsicherheit behaftet gewesen.³¹⁾

In diesem Kapitel wird daher auf Dummy-Variablen für die unterschiedlichen Zielländer verzichtet, um den Einfluss der geographischen und kulturellen Nähe zwischen Heimat- und Zielmarkt sowie des Marktpotentials im Zielland auf das Internationalisierungsverhalten und die Expansionspläne der Unternehmen identifizieren zu können. Als Indikatoren des Marktpotentials werden die Bevölkerungsgröße und das BIP pro Kopf des Ziellandes verwendet. Als Kennziffer für die Entfernung werden – wie in Kapitel 3.4 beschrieben – drei Maßzahlen verwendet:

²⁸⁾ Arbeiten, die den Zusammenhang zwischen geographischer bzw. kultureller Nähe thematisieren umfassen u.a. Kogut – Singh (1988), Hill – Hwang – Kim (1990), Brouthers – Brouthers (2003), Huber (2003), Blomstermo – Sharma – Sallis (2006) oder Pennerstorfer (2009).

²⁹⁾ Informationen über den Zielmarkt unterscheiden sich nur zwischen den Zielländern, nicht aber zwischen den Unternehmen. Werden Unterschiede zwischen den Zielländern durch Dummy-Variable abgebildet, dann kann der Einfluss von ziellandspezifischen Variablen (z.B. BIP pro Kopf) nicht mehr identifiziert werden. Die exogenen Variablen weisen perfekte Multikollinearität auf, eine Schätzung ist in diesem Fall nicht mehr möglich (siehe etwa Hackl, 2005, S. 159 ff.).

³⁰⁾ Die in den Kapiteln 4 und 5 verwendete EntfernungsvARIABLE misst die Distanz zum nächstgelegenen Grenzzort zwischen Österreich und den untersuchten Ländern der NMS. Diese Variable war daher ein Indikator, ob das Unternehmen in der Nähe der "ökonomischen Bruchlinie" zwischen alten und neuen Mitgliedstaaten liegt. Die in diesem Kapitel 6 verwendete EntfernungsvARIABLE misst hingegen die Distanz zum Zielmarkt.

³¹⁾ Die Entfernung zwischen Unternehmen und Zielland hängt zwar auch von dem Standort des Unternehmens in den Herkunftsländern (z.B. Österreich) ab, wird aber hauptsächlich durch die geographische Lage des Zielmarktes bestimmt. Die Zielland-Dummies und die EntfernungsvARIABLE sind (wenn nicht perfekt, so doch) hoch multikollinear. Eine Schätzung ist zwar (von einem theoretisch-statistischen Standpunkt betrachtet) immer noch möglich, die Ergebnisse sind aber bei hoher Multikollinearität der Variablen oft mit hoher statistischer Unsicherheit behaftet üblicherweise sehr wenig robust.

Als geographische Entfernung wird die Luftliniendistanz vom Standort des Unternehmens zur Hauptstadt des Ziellandes verwendet, die psychologische oder kulturelle Nähe wird durch den Anteil an MigrantInnen und durch einen Sammelindex der kulturellen Distanz abgebildet. Da die Unternehmen aller untersuchten Länder gemeinsam analysiert werden, können auch Unterschiede in der Internationalisierungsneigung und -absichten zwischen den Herkunftsländern herausgefiltert werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich eine geringere (geographische) Entfernung und ein höherer Anteil an MigrantInnen aus einem potenziellen Zielland positiv auf die Internationalisierungsneigung und auf konkrete Expansionspläne in diesen Auslandsmarkt auswirken. Der Einfluss des Index der kulturellen Nähe ist allerdings weniger deutlich. Die Marktgröße des Ziellandes (insbesondere das BIP/Kopf) begünstigt die beobachteten Auslandsaktivitäten, hat aber wenig Einfluss auf zukünftige Internationalisierungsschritte. Nach Berücksichtigung innerbetrieblicher Charakteristika und Informationen über den Zielmarkt weisen österreichische Unternehmen eine signifikant höhere Auslandsorientierung auf (von etwa $\frac{1}{2}$ bis $1\frac{1}{2}$ Prozentpunkte), haben aber viel seltener konkrete Expansionspläne (um $1\frac{1}{2}$ bis $3\frac{1}{2}$ Prozentpunkte) als Betriebe aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei.

Dieses Kapitel ist so strukturiert, dass nach einer deskriptiven Auswertung des Zusammenhangs zwischen (geographischer und kultureller) Nähe und dem Internationalisierungsverhalten (Kapitel 7.1) eine statistisch-ökonomische Analyse folgt (Kapitel 7.2).

6.1 Stilisierte Fakten zu Auslandsorientierung und Entfernung zum Zielmarkt

Die erste Maßzahl der Distanz ist die geographische Entfernung zum Zielland. Diese wird als Indikator für die Höhe der Transportkosten (beim direkten Export oder der Entsendung von MitarbeiterInnen) sowie der Kosten für die "Überwachung" ("Monitoring") von Niederlassungen oder Kooperationen betrachtet. Es wurde in der Umfrage zwar der Standort des Unternehmens erhoben,³²⁾ bei den Zielmärkten internationaler Aktivitäten ist hingegen nur bekannt, in welchem Zielland Umsätze erwirtschaftet werden. Eine detailliertere Information, in welcher Region (bzw. in welchen Regionen) des Ziellandes das Unternehmen tätig ist, liegt hingegen nicht vor. Es wird daher die (Luftlinien-)Entfernung vom Standort des Unternehmens zur Hauptstadt des Ziellandes berechnet, da die Hauptstadtregionen in den abgefragten Zielmärkten üblicherweise das ökonomische Zentrum des Landes darstellen.

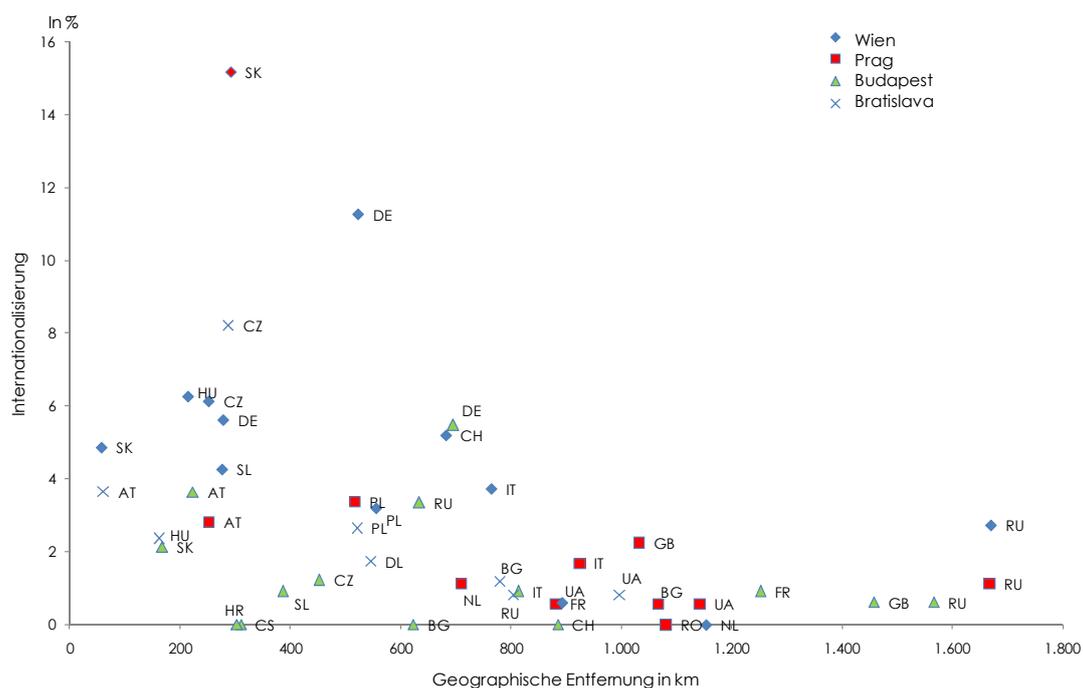
Abbildung 6.1 zeigt den Zusammenhang zwischen der Internationalisierungsneigung exemplarisch für die Hauptstadtregionen Wien, Prag, Budapest und Bratislava. Es wurde für jede Hauptstadtregion der Anteil der Unternehmen berechnet, der in den entsprechenden Zielländern tätig ist. Andere Regionen werden aus Gründen der Übersichtlichkeit in der Abbildung nicht berücksichtigt. Für alle vier Hauptstädte ist ein negativer Zusammenhang zwischen der durchschnittlichen Internationalisierungsneigung und der Entfernung zum Zielland ersicht-

³²⁾ Die regionale Ebene, auf der die Information über die Standorte der Unternehmen vorliegt, sind in Österreich und der Slowakei die Bezirke, in Tschechien "Okres" (Unterbezirke) und in Ungarn Kleingebiete.

lich, wobei die Korrelation bei Unternehmen in Prag und Bratislava deutlicher ausfällt. Selbst wenn die wichtigsten Zielmärkte (Deutschland für Wien, die Slowakei für Prag und Tschechien für Bratislava) nicht berücksichtigt werden, bleibt ein negativer Zusammenhang zwischen den beiden Variablen bestehen.

Abbildung 6.1: Zusammenhang zwischen Internationalisierungsneigung und geographischer Entfernung

Anteil der Unternehmen, die Teile ihres Umsatzes im Ausland erwirtschaften



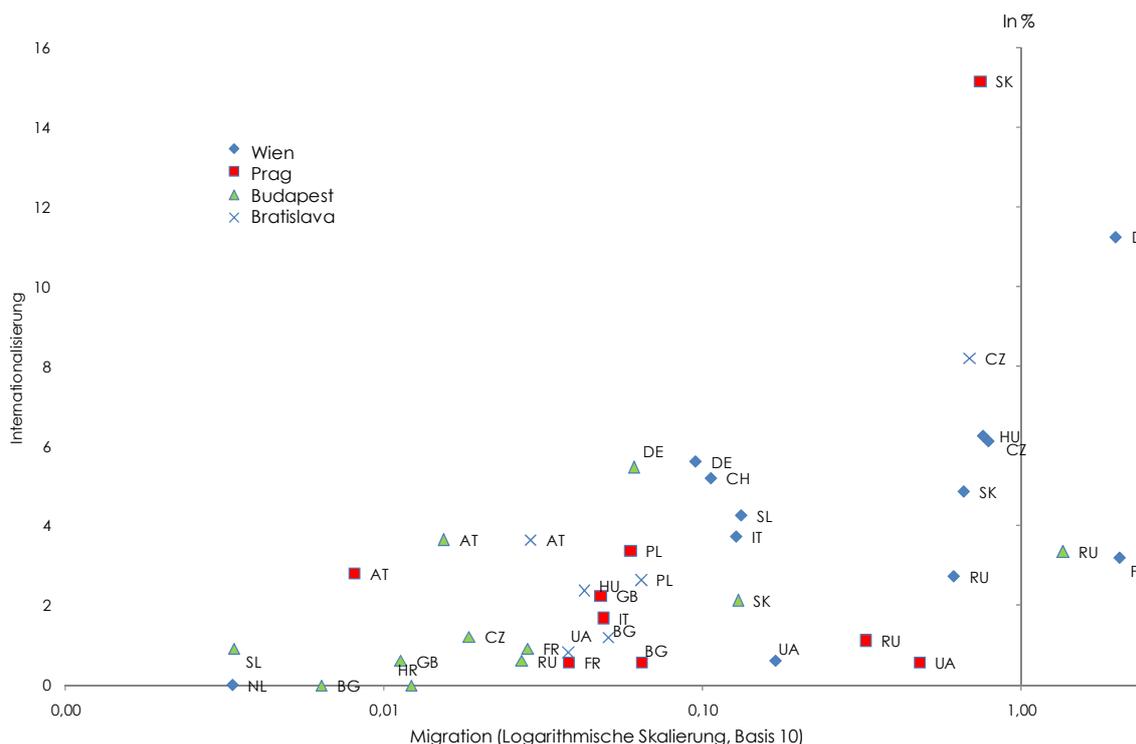
Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, WIFO-Berechnungen.

Die Zahl der ImmigrantInnen aus den potentiellen Zielländern der Internationalisierung wird als Indikator für die kulturelle oder psychologische Nähe verwendet. Eine große Zahl an ImmigrantInnen kann die Kosten der Informationsbeschaffung und (generell) Unsicherheit über die Zielregion reduzieren. Es wäre auch möglich, dass MigrantInnen einen Informationsvorsprung über ihr Herkunftsland besitzen und diesen im Rahmen wirtschaftlicher Tätigkeit nutzen. Als Abgrenzungskriterium, ob und zu welcher Gruppe an MigrantInnen eine Person gezählt wird, dient der Geburtsort. Die Anzahl der MigrantInnen (Bestandsgröße) liegt für jede Kombination aus Herkunftsregion (NUTS-2-Ebene) und Zielland vor. Die Zahl wird mit der Größe der Gesamtbevölkerung der NUTS-2-Region in Verhältnis gesetzt und in Prozent angegeben.³³⁾

³³⁾ Damit wird vermieden, dass die Größe der NUTS-2-Region die Migrationsvariable zu stark beeinflusst. Die Bevölkerungszahl einer Region – und das bestätigt die geäußerte Befürchtung – korreliert viel stärker mit der Anzahl als mit dem Anteil an MigrantInnen eines Herkunftslandes.

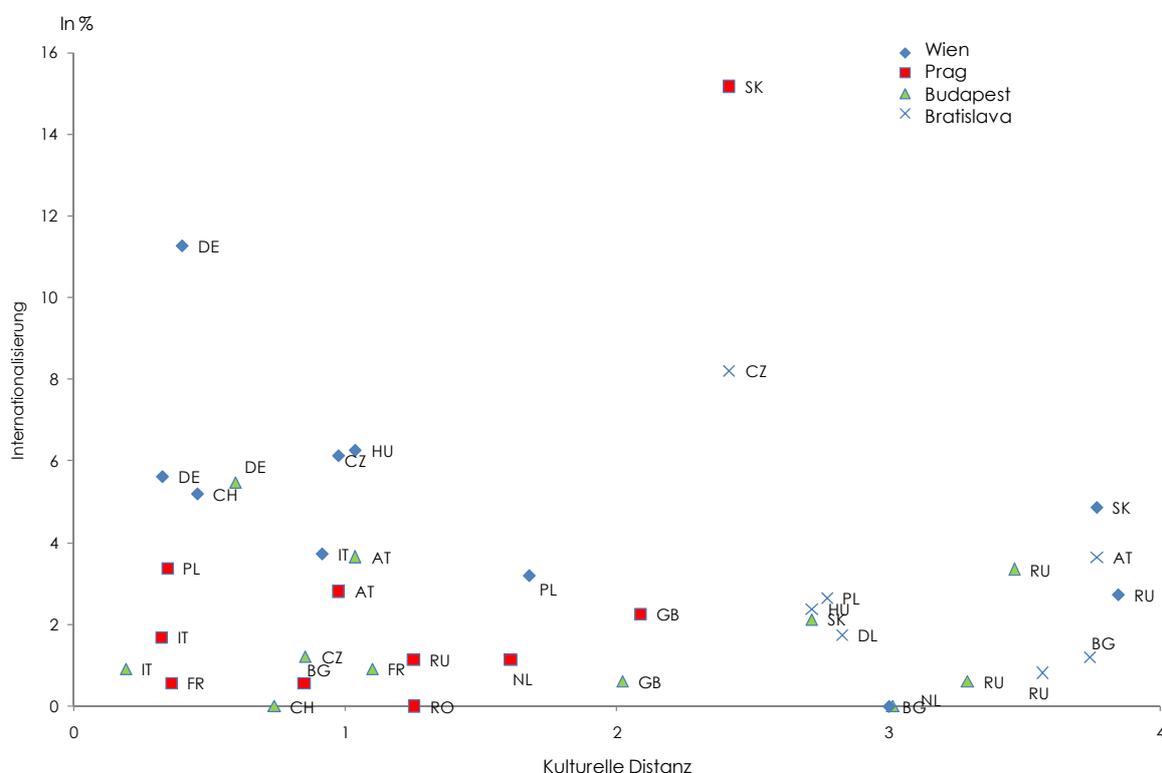
Der Korrelation zwischen dem Anteil an MigrantInnen und der Internationalisierungsneigung für einzelne Länder ist in Abbildung 6.2 wieder exemplarisch für die Hauptstadtregionen abgebildet. Da der Anteil der MigrantInnen zwischen den Hauptstädten und den Zielländern stark schwankt, wird der Anteil der MigrantInnen in Abbildung 6.2 aus Gründen der Übersichtlichkeit logarithmisch skaliert. Hier ist der Zusammenhang etwas schwächer ausgeprägt: Für Wien weisen unter den abgefragten Staaten Deutschland und Polen (mit 2%) den höchsten Anteil an MigrantInnen auf, wobei unter Wiener Betrieben Deutschland (mit 11,3%) das beliebteste, und Polen (mit 3,2%) nach Russland (mit 2,7%) der am seltensten bearbeitete Zielmarkt ist. Die Beziehung zwischen den beiden Variablen ist jedoch gering. Bei den untersuchten NMS ist der Zusammenhang zwischen Migration und Internationalisierungsneigung noch undeutlicher ausgeprägt. Vor allem in Prag und Bratislava wird ein mögliches positives Verhältnis ausschließlich durch die enge Verflechtung (im Bezug auf Migration und Internationalisierung) zwischen Tschechien und der Slowakei bestimmt.

Abbildung 6.2: Zusammenhang zwischen Internationalisierungsneigung und Migration
Anteil der Unternehmen, die Teile ihres Umsatzes im Ausland erwirtschaften



eines Landes. Abbildung 6.3 zeigt die Beziehung dieser EntfernungsvARIABLE und der Internationalisierungsneigung. Die Slowakei weist eine hohe durchschnittliche kulturelle Distanz auf, wodurch der Zusammenhang für Unternehmen aus Prag etwas verzerrt wird. Abgesehen davon ist die negative Korrelation zwischen der kulturellen Distanz zu und dem Ausmaß der Auslandsaktivitäten in den einzelnen Zielländern aber gut ersichtlich. Da der zusammengesetzte Index normiert wird, ist zwar das Verhältnis der Indexwerte zwischen den unterschiedlichen Herkunfts- und Zielländern, aber nicht die absolute Größe des Wertes von Bedeutung.

Abbildung 6.3: Zusammenhang zwischen Internationalisierungsneigung und kultureller Distanz
Anteil der Unternehmen, die Teile ihres Umsatzes im Ausland erwirtschaften



Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, <http://www.geert-hofstede.com/> 2011, WIFO-Berechnungen.

Da die verwendeten EntfernungsvARIABLEN als Indikatoren für die Kosten für Transport, Informationsbeschaffung und Monitoring betrachtet werden, wird erwartet, dass sich eine größere geographische und kulturelle Distanz negativ auf die Internationalisierungswahrscheinlichkeit in ein entsprechendes Zielland auswirkt. Ein großer Anteil an MigrantInnen aus einem potenziellen Zielland sollte aber die Informationskosten und die Unsicherheit über den Zielmarkt reduzieren, und sich daher positiv auf Auslandsaktivitäten auswirken.

Die in Übersicht 6.1 dargestellte Korrelation zwischen den Maßzahlen der Entfernung und der Internationalisierungsneigung, für jedes Zielland für die gesamte Stichprobe auf Individualdatenbasis (und nicht aggregiert und nur für die Hauptstadtregionen), bildet die erwarteten

Zusammenhänge deutlicher ab als die Abbildungen 6.1 bis 6.3: Die Internationalisierungsneigung wird negativ von der Entfernung zum Zielland (-0,08) und der kulturellen Distanz (-0,04) beeinflusst, während ein höherer Anteil an MigrantInnen die Außenorientierung in dieses Land begünstigt (+0,09). Der Zusammenhang zwischen Migration und Auslandsorientierung ist dabei etwas deutlicher ausgeprägt als bei der geographischen und kulturellen Entfernung. Die anderen Einträge der Matrix in Übersicht 6.1 zeigen, dass es die EntfernungsvARIABLEN untereinander die erwarteten Beziehungen aufweisen: Der Anteil der MigrantInnen korreliert negativ mit der geographischen (-0,18) und der kulturellen Entfernung (-0,13) zwischen Herkunfts- und Zielland.

Übersicht 6.1: Korrelation zwischen Internationalisierungsneigung und EntfernungsvARIABLEN

	Internationalisierungsneigung	Entfernung zur Hauptstadt des Ziellandes (in km)	Migration (in % der Gesamtbevölkerung)	Kulturelle Distanz
Internationalisierungsneigung	1,000			
Entfernung zur Hauptstadt des Ziellandes (in km)	-0,077	1,000		
Migration (in % der Gesamtbevölkerung)	0,092	-0,180	1,000	
Kulturelle Distanz	-0,043	0,088	-0,132	1,000

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, European Labour Force Survey 2007, Eurostat 2011, <http://www.geert-hofstede.com/> 2011, WIFO-Berechnungen.

6.2 Entfernung und Marktpotential als Determinanten der Auslandsorientierung von Unternehmen

Für die Erklärung der bereits gesetzten Auslandsaktivitäten (Übersicht 6.2) und für die Expansionspläne (Übersicht 6.3) werden jeweils vier Modellspezifikationen geschätzt, wobei die Hauptschätzungen (Modell 21 und 25) alle drei Maßzahlen der Entfernung berücksichtigen. Da die Variablen zur (geographischen und kulturellen) Distanz in einem gewissen Ausmaß miteinander korrelieren (Übersicht 6.1), werden – um die Robustheit der Ergebnisse zu überprüfen – die Schätzungen mit jeweils einer der drei EntfernungsvARIABLEN durchgeführt.

Internationalisierung nach Zielländern

Die in Übersicht 6.2 dargestellten Ergebnisse zeigen, dass die geographische Entfernung zu und der Anteil an Immigranten von Zielländern einen (statistisch gut abgesicherten) Erklärungsbeitrag zum Internationalisierungsverhalten liefern, während für den Index der kulturellen Entfernung keine robusten Zusammenhänge gefunden werden. Befindet sich die Hauptstadt des Ziellandes um 1.000 Kilometer weiter entfernt, reduziert sich der Anteil an Unternehmen in diesem Markt um 3,7 Prozentpunkte (Modell 21). Ist der Anteil an Immigranten an der Gesamtbevölkerung um einen Prozentpunkt größer, dann erhöht dies die Internationalisierungsneigung in diesen Zielmarkt um 0,8 Prozentpunkte. Während der Koeffizient der Entfernung stabil ist, wenn die anderen Distanzvariablen weggelassen werden, erhöht sich der

marginale Effekt bei der Migration von 0,8 auf 1,3 Prozentpunkte. Trotz des kleineren Parameterwertes im "vollständigen" Modell 21 hat Migration einen ökonomisch relevanten und statistisch auch sehr gut abgesicherten positiven Einfluss auf die Auslandsorientierung der Unternehmen. Der Einfluss des Index der kulturellen Distanz ist hingegen schlechter abgesichert. Werden die anderen EntfernungsvARIABLEN aus dem Modell ausgeschlossen (Modell 20) findet sich der erwartete negative Zusammenhang zwischen kultureller Distanz und Internationalisierungsneigung, dieser geht aber bei Berücksichtigung der anderen beiden Variablen verloren.

Von den Variablen über die Größe Zielmarkt erweist sich das BIP pro Kopf als stabile Determinante der Internationalisierungsentscheidung. Im "vollständigen" Modell 21 führt eine um 10.000 Euro höhere Wirtschaftsleistung pro EinwohnerIn dazu, dass dieses Land um 0,4 Prozentpunkte häufiger als Zielmarkt bearbeitet wird. Auf einem Zielland mit um 10 Millionen mehr EinwohnerInnen werden demgegenüber nur geringfügig (um 0,02 Prozentpunkte) häufiger Umsätze erwirtschaftet. Dieser Zusammenhang ist außerdem nicht sonderlich robust, schwankt stark und ist in den Modellen 19 und 20 sogar negativ.

Die Wahrscheinlichkeit, auf einzelnen Auslandsmärkten tätig zu sein, ist bei Unternehmen in Tschechien um 0,4 Prozentpunkte (PP), in der Slowakei um 0,5 PP und in Ungarn sogar um 1,0 PP niedriger als bei Betrieben in Österreich (Modell 21). Die Größe der Koeffizienten schwankt zwar etwas zwischen den Modellen, die qualitativen Ergebnisse sind aber statistisch sehr gut abgesichert: Berücksichtigt man innerbetriebliche und ziellandspezifische Indikatoren, so weisen österreichische Unternehmen verglichen mit den untersuchten NMS die höchste Auslandsorientierung auf. Auf den ersten Blick überrascht dieses Ergebnis, da mit 20,8% aller slowakischen und 35,6% aller tschechischen Betriebe der Anteil an Unternehmen, die zumindest Teile ihres Umsatzes im Ausland erwirtschaften, höher ist als in Österreich (mit 19,0%). Der Grund liegt darin, dass österreichische Betriebe häufiger auf mehreren Auslandsmärkten tätig sind. So sind von jenen Unternehmen, die auf zumindest einem Auslandsmarkt tätig sind, österreichische Betriebe in durchschnittlich 2,29 (von 9 abgefragten Zielländern), tschechische in 1,23 (von 12), slowakische in 1,25 (von 8) und ungarische Unternehmen in durchschnittlich 1,25 (von 15) Ländern tätig.

Die betrieblichen Determinanten sowie sektorale Ergebnisse unterscheiden sich in qualitativer Hinsicht nicht von den Ergebnissen in den vorangegangenen Kapiteln: Die Unternehmensgröße begünstigt (allerdings mit einer abnehmenden Rate) die Auslandsorientierung, ebenso wie die Internationalität der Eigentümer und die Einbindung in eine Konzernstruktur. Die Sachgütererzeugung ist am stärksten, personenbezogene sowie soziale und öffentliche Dienste sind am schwächsten internationalisiert.

Übersicht 6.2: Marginale Effekte der Internationalisierungsneigung abhängig von der Distanz zum Zielmarkt

Anzahl Beobachtungen	Modell 18		Modell 19		Modell 20		Modell 21	
	Marg. Eff.	Sign.						
Abhängige Variable	In %		In %		In %		In %	
	-0,36	***	1,31	***				
Entfernung Zielland (in 100 km)					-0,29	***	-0,04	***
Anteil MigrantInnen (in % der Gesamtbevölkerung)					-0,01	**	0,02	***
Kulturelle Distanz					0,07	***	0,04	***
Bevölkerung (in 10 Mio.)	0,26	***	-0,03	**				
BIP / Kopf (in 1.000 Euro)	0,05	***	0,09	***				
CENTROPE	0,17	**	0,26	***				
Tschechien	-0,66	***	-0,33	***				
Ungarn	-1,41	***	-1,32	***				
Slowakei	-0,79	***	0,02	***				
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert)	1,19	***	1,28	***				
Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert) (quadratiert)	-0,12	***	-0,13	***				
Unternehmensalter (in 10 Jahren)	-0,02		-0,03					
Ausländischer Eigentümer	1,28	***	1,31	***				
Sowohl in- als auch ausländischer Eigentümer	2,15	***	2,22	***				
Stammbetrieb / Zentrale	0,55	***	0,60	***				
Zweigbetrieb / Filiale	0,58	***	0,59	***				
Wirtschaftliche Situation Betrieb: eher gut	-0,61	***	-0,70	***				
Wirtschaftliche Situation Betrieb: eher schlecht	-0,97	***	-1,06	***				
Wirtschaftliche Situation Betrieb: sehr schlecht / k.A.	-0,98	***	-1,07	***				
Sachgüterzeugung	1,60	***	1,68	***				
Bauwesen	-0,95	***	-0,98	***				
Handel	0,62	*	0,64	*				
Personenbezogene Dienste	-1,65	***	-1,80	***				
Soziale und öffentliche Dienste	-1,61	***	-1,74	***				
Sonstige Dienste	-0,14		-0,15					

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, European Labour Force Survey 2007, Eurostat 2011, <http://www.geert-hofstede.com/> 2011, WIFO-Berechnungen. - *** signifikant auf 1%-Niveau, ** signifikant auf 5%-Niveau, * signifikant auf 10%-Niveau.

Expansionspläne nach Zielländern

Die Ergebnisse der Schätzung über die Zielländer geplanter Marktausweitungen (Übersicht 6.3) zeigen, dass die Nähe zum und ein größerer Anteil an MigrantInnen vom potenziellen Zielmarkt auch die Expansionspläne begünstigen: Befindet sich das Zielland um 1.000 Kilometer weiter entfernt, ist der Anteil der Unternehmen, die ihr Marktgebiet in dieses Land ausweiten wollen, um 2,4 Prozentpunkte geringer. Ein um 1 Prozentpunkt höherer Anteil an Immigranten erhöht die Wahrscheinlichkeit, konkrete Expansionspläne für dieses Land zu haben, um 0,3 Prozentpunkte (Modell 25). Auch bei den Internationalisierungsplänen ist der Einfluss der Migration größer, wenn die anderen beiden EntfernungsvARIABLEN aus dem Modell ausgeschlossen werden (Modell 23). Der Beitrag der kulturellen Distanz ist hingegen sehr klein und statistisch äußerst schlecht abgesichert.

Die Beurteilung der Indikatoren für die Marktgröße fällt sehr ambivalent aus. Im vollständigen Modell 25 ist der Einfluss der Bevölkerung groß und statistisch signifikant, die Wirtschaftsleistung pro EinwohnerIn hat hingegen keinen Einfluss. In den vier unterschiedlichen Modellspezifikationen nehmen die Parameter je zwei Mal positive und zwei Mal negative Vorzeichen an. Es kann daher kein robuster Zusammenhang zwischen der Marktgröße des Ziellandes und bereits bestehenden Expansionsplänen gefunden werden.

Der Vergleich zwischen den Herkunftsländern bestätigt, dass österreichische Unternehmen in einem viel kleineren Ausmaß planen, neue Märkte zu erschließen. Betriebe aus Tschechien haben für einzelne Zielländer um durchschnittlich 1,8 Prozentpunkte (PP), Unternehmen aus Ungarn und der Slowakei sogar um 3,2 PP bzw. 3,4 PP häufiger Pläne, in den nächsten fünf Jahren in diese Länder zu expandieren (Modell 25). Werden in den Modellspezifikationen nur einzelne EntfernungsvARIABLEN berücksichtigt, wird der Unterschied zu Tschechien und Ungarn etwas kleiner, zur Slowakei allerdings noch größer. Der Befund, dass die österreichischen Unternehmen im Vergleich zu den untersuchten Ländern der NMS in einem äußerst unterdurchschnittlichen Ausmaß konkrete Expansionspläne verfolgen, wird auch durch die an dieser Stelle gewonnenen Ergebnisse untermauert.

Die Größe des Unternehmens hat keinen Einfluss auf künftige Expansionsschritte. Die Auswirkung anderer innerbetrieblicher Charakteristika liefern ebenfalls sehr widersprüchliche Ergebnisse: So haben Unternehmen, die vollständig in ausländischem Besitz sind, seltener, Betriebe in teilweise ausländischen Besitz aber häufiger Expansionspläne als in inländischem Eigentum befindliche Unternehmen. Stammbetriebe haben häufiger, Zweigbetriebe hingegen seltener vor als Einzelunternehmen ihr Marktgebiet grenzüberschreitend zu erweitern. Ein ähnlich deutliches Ergebnis wie bei bereits erfolgten Internationalisierungsschritten, wo sich eine (zumindest teilweise) ausländische Eigentümerschaft sowie die Einbindung in Konzernstrukturen positiv ausgewirkt hat, findet sich bei der Beurteilung der Expansionspläne in bisher nicht erschlossene Märkte jedenfalls nicht. Die Auswertung der Brancheneffekte zeigt, dass sich die sektorale Struktur der internationalisierten Unternehmen in den nächsten Jahren kaum verändern wird. In dem Bereich mit der höchsten Auslandsorientierung (Sachgütererzeugung) ist der Anteil der Betriebe, mit Expansionsplänen am höchsten. Jene Branchen mit der geringsten

Internationalisierungsneigung (personenbezogene bzw. soziale und öffentliche Dienste) haben hingegen am seltensten Absichten, zusätzliche Auslandsmärkte zu erschließen.

In diesem Kapitel werden ziellandspezifische Unterschiede durch die Nähe und das Marktpotential berücksichtigt. So gibt es häufiger Expansionsabsichten in nahe gelegene Zielländer, aus denen in der Herkunftsregion des Unternehmens ein großer Anteil an ImmigrantInnen zu finden ist. Ein Vergleich der Attraktivität der Zielländer ist aber nicht ohne weiteres möglich. Wird im Modell 25 zusätzlich eine Dummy-Variable für Österreich als Zielland berücksichtigt, beträgt der marginale Effekt +1,5 Prozentpunkte. Das bedeutet, dass Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei um 1,5 Prozentpunkte häufiger konkrete Expansionspläne nach Österreich haben, als das heimische Marktpotential und die Nähe dieser drei Länder zu Österreich vermuten lassen. Dieser Wert ist auch statistisch gut abgesichert. Auch dieses Ergebnis ist ein Indiz dafür, dass Unternehmen aus den untersuchten Ländern der NMS – selbst nach Berücksichtigung der Nähe des österreichischen Marktes – überdurchschnittlich häufig Expansionsabsichten nach Österreich verfolgen.

Übersicht 6.3: Marginale Effekte geplanter Internationalisierung abhängig von der Distanz zum Zielmarkt

Anzahl Beobachtungen	Abhängige Variable	Referenz	Modell 22		Modell 23		Modell 24		Modell 25	
			Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.
85.842			85.842		86.362		73.718		73.245	
			Geplante Expansion in jeweiliges Land							
			Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.	Marg. Eff. In %	Sign.
			-0,23	***	0,69	***	-0,07	*	0,09	*
			0,14	***	-0,03	***	-0,03	***	0,14	***
			-0,00	***	0,03	***	0,02	***	-0,00	***
			-0,11	***	-0,06	***	0,09	***	-0,06	***
		Österreich	1,48	***	1,72	***	1,17	***	1,81	***
		Österreich	2,38	***	2,65	***	2,19	***	3,16	***
		Österreich	3,38	***	4,66	***	3,96	***	3,41	***
		Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert)	-0,05	***	-0,06	***	0,00	***	0,00	***
		Anzahl MitarbeiterInnen (logarithmiert) (quadratiert)	0,00	***	0,00	***	-0,01	***	-0,01	***
		Unternehmensalter (in 10 Jahren)	-0,10	***	-0,11	***	-0,13	***	-0,12	***
		Ausländischer Eigentümer	-0,33	***	-0,37	***	-0,40	***	-0,36	***
		sowohl in- als auch ausländischer Eigentümer	1,02	***	1,01	***	0,94	***	0,89	***
		Stammbetrieb / Zentrale	0,40	**	0,43	**	0,48	**	0,45	**
		Zweigbetrieb / Filiale	-0,32	**	-0,33	*	-0,35	*	-0,34	**
		wirtschaftliche Situation Betrieb: eher gut	-0,74	***	-0,79	***	-0,88	***	-0,83	***
		wirtschaftliche Situation Betrieb: eher schlecht	-0,88	***	-0,92	***	-0,95	***	-0,90	***
		wirtschaftliche Situation Betrieb: sehr schlecht / k.A.	-0,89	***	-0,95	***	-0,96	***	-0,89	***
		Sachgüterzeugung	1,31	***	1,39	***	1,21	**	1,10	**
		Bauwesen	0,31		0,34		0,31		0,29	
		Handel	0,24		0,24		0,05		0,05	
		personenbezogene Dienste	-0,46	*	-0,48	*	-0,58	**	-0,54	**
		Soziale und öffentliche Dienste	-1,10	***	-1,15	***	-1,24	***	-1,13	***
		sonstige Dienste	0,22		0,23		0,19		0,16	

Q: AFLA und FAMO II Unternehmensbefragung 2010, Eurostat 2007, Eurostat 2011, <http://www.geert-hofstede.com/> 2011, WIFO-Berechnungen. – *** signifikant auf 1%-Niveau, ** signifikant auf 5%-Niveau, * signifikant auf 10%-Niveau.

7. Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

In dieser Studie werden die Bestimmungsgründe des beobachteten Internationalisierungsverhaltens und der geplanten Expansion auf bisher nicht bearbeitete Auslandsmärkte analysiert. Dies geschieht vor dem Hintergrund des Auslaufens der Übergangsbestimmungen Ende April 2011, nach dem die Entsendung von Arbeitskräften aus den NMS nach Österreich auch aus den davor reglementierten Branchen möglich ist. Neben einer Identifikation der wichtigsten Bestimmungsgründe für Auslandsaktivitäten besteht ein Ziel dieser Studie darin, die Auswirkungen dieser Änderung der Rahmenbedingungen auf den Wettbewerb in Österreich abzuschätzen.

Es wurden zwei Kanäle untersucht, über die zunehmender Wettbewerbsdruck für heimische Unternehmen und deren Beschäftigte in den Bereichen, die bis Ende April von den Übergangsfristen erfasst werden, entstehen kann: Erstens, Unternehmen aus den untersuchten Ländern Tschechien, Ungarn und der Slowakei verstärken ihre Bemühungen, den österreichischen Markt zu bearbeiten, da durch das Auslaufen der Übergangsfristen mit der Entsendung von Arbeitskräften (neben dem direkten Export oder der Leistungserbringung über Niederlassungen) eine zusätzliche Möglichkeit zur Erbringung von Dienstleistungen in Österreich ermöglicht wird. Zweitens ist es denkbar, dass österreichische Betriebe Niederlassungen in den angrenzenden NMS gründen oder erwerben und (in den Niederlassungen angestellte) MitarbeiterInnen über die Grenze zur Leistungserbringung nach Österreich entsenden. In den von den Übergangsfristen erfassten Bereichen ist diese Form der Bearbeitung des Heimatmarktes vor Ende April 2011 nicht möglich.

7.1 Hauptergebnisse der Studie

Auslandsorientierung in Richtung "alte" EU-Mitgliedstaaten

Die Unternehmen in den untersuchten neuen Mitgliedstaaten sind (bereits) in einem beträchtlichen Ausmaß internationalisiert. So erzielt in Ungarn (mit 17,6%) und der Slowakei (mit 20,8%) ein ähnlich großer Anteil an Betrieben wie in Österreich (19,0%) Umsätze auch auf ausländischen Märkten. Die Außenorientierung der tschechischen Wirtschaft ist sogar noch größer, mehr als jeder dritte Betrieb (35,6%) in diesem Land ist international tätig. Österreichische Unternehmen sind aber häufiger als Betriebe der anderen Staaten in mehreren Zielmärkten aktiv. Für österreichische Unternehmen stellt Deutschland den wichtigsten Zielmarkt dar, wo mehr als jeder siebente Betrieb (14,9%) Umsätze erwirtschaftet. Auch die Schweiz (7,0%) und Italien (6,3%) sind wichtigere Auslandsmärkte als die neuen Mitgliedstaaten (NMS), in denen zwischen 3,4% (Slowakei) und 4,8% (Ungarn) der österreichischen Unternehmen aktiv sind. Für die Betriebe der untersuchten NMS sind – neben einer historisch bedingten starken Verflechtung der tschechischen und der slowakischen Wirtschaft – Deutschland und Österreich die wichtigsten Zielmärkte: 8,3% der Unternehmen der untersuchten NMS sind in Deutschland und 5,2% in Österreich tätig. Hochgerechnet entspricht dies etwa 132.000 (Deutschland) bzw. 83.000 Betrieben (Österreich).

Unternehmen aus NMS planen häufig grenzüberschreitende Marktexpansion

Der Anteil der Unternehmen, die in den nächsten fünf Jahren eine Auslandsexpansion auf bisher nicht erschlossene Märkte planen, liegt in den NMS mit 8,0% etwa drei Mal so hoch wie in Österreich (2,7%). Im tschechischen, slowakischen und ungarischen Teil der CENTROPE-Region wollen mit 12,1% sogar noch mehr Unternehmen in den nächsten Jahren zusätzliche Internationalisierungsschritte setzen. In den Ländern der untersuchten NMS wird Österreich am häufigsten als Zielland der Internationalisierungsabsichten genannt: 4,0% aller Unternehmen in den NMS planen, ihr Marktgebiet nach Österreich zu erweitern, was etwa 63.000 Unternehmen entspricht. Einschränkend muss angemerkt werden, dass nur schwer abgeschätzt werden kann, in welchem Ausmaß Unternehmen ihre Internationalisierungsabsichten auch umsetzen.

Unternehmensgröße und Eigentümerstruktur wichtigste innerbetriebliche Determinanten

Die Größe des Unternehmens begünstigt in allen untersuchten Ländern die Internationalisierungswahrscheinlichkeit, ist für Betriebe in den NMS aber ein wichtigerer innerbetrieblicher Bestimmungsgrund als für österreichische Unternehmen. Betriebe in teilweise oder vollständig ausländischem Besitz sind stärker internationalisiert als Unternehmen mit ausschließlich inländischen Eigentümern. In Österreich ist der Anteil der Unternehmen, die auch im Ausland tätig sind, bei ausschließlich ausländischen Eigentümern am größten, während in den NMS jene Betriebe mit in- und ausländischen Eigentümern den höchsten Internationalisierungsgrad aufweisen. Die Einbindung in eine Konzernstruktur (sowohl als Zentrale als auch als Zweigbetrieb) begünstigt (im Vergleich zu Einzelunternehmen) die Auslandsorientierung österreichischer Unternehmen, hat aber kaum Auswirkungen auf das Internationalisierungsverhalten der Betriebe aus den NMS. Das Unternehmensalter hat tendenziell einen negativen Einfluss auf die Internationalisierungswahrscheinlichkeit, die Auswirkungen sind aber relativ klein und teilweise statistisch nicht gut abgesichert. Die genannten innerbetrieblichen Charakteristika sind zwar wichtige Gründe des Internationalisierungsverhaltens, liefern aber kaum (statistisch signifikante) Erklärungsbeiträge für die Expansionspläne der Unternehmen in bisher nicht erschlossene Märkte.

Große und persistente sektorale Unterschiede in der Außenorientierung

Die Sachgütererzeugung ist am stärksten, die personenbezogenen, sozialen und öffentlichen Dienste hingegen am schwächsten internationalisiert. Während in den NMS die Bauwirtschaft und der Handel eine ähnliche Auslandsorientierung aufweisen, ist in Österreich der Handel durch einen über- und das Bauwesen durch einen unterdurchschnittlichen Internationalisierungsgrad gekennzeichnet. Da bei den Expansionsplänen eine ähnliche sektorale Struktur zu beobachten ist, werden die großen Unterschiede zwischen den Branchen in den nächsten Jahren bestehen bleiben.

Sowohl in Österreich als auch in den NMS ist der Internationalisierungsgrad der durch die Übergangsregeln beschränkten Sektoren viel kleiner. Diese Branchen haben in Österreich

auch signifikant seltener Expansionsabsichten, während in Tschechien, Ungarn und der Slowakei gerade jene Sektoren überdurchschnittlich häufig planen, ihr Marktgebiet auf (bisher nicht erschlossene) Auslandsmärkte zu erweitern. Dies gilt insbesondere (innerhalb der untersuchten NMS) für die CENTROPE-Region, wo die Sektoren, die bis April 2011 den Übergangsfristen unterliegen, um 6,1 Prozentpunkte häufiger Expansionsabsichten haben als die nicht den Übergangsregeln unterworfenen Branchen, während der Unterschied bei Betrieben außerhalb der CENTROPE mit 3,4 Prozentpunkte deutlich geringer ist. In der ökonomischen Analyse zeigt sich, dass die Sektoren mit Übergangsfristen zwar häufiger nach Österreich expandieren wollen, die Internationalisierungsabsichten in andere Zielmärkte aber nicht höher ausfallen als in nicht beschränkten Branchen. Dieser zusätzliche Effekt kann auf die Änderungen der institutionellen Rahmenbedingungen (dem Auslaufen der Übergangsfristen) zurückgeführt werden. Wegen dem Auslaufen der Übergangsfristen planen zusätzlich etwa 1,2% der Unternehmen aus den bis April 2011 beschränkten Branchen (etwa 3.700 Betriebe), ihr Marktgebiet in den nächsten fünf Jahren nach Österreich zu erweitern. Dabei handelt es sich Großteils um Kleinst- und Kleinbetriebe.

Migration und geographische Nähe des Zielmarktes wichtig für Marktexpansion

Eine größere Anzahl an MigrantInnen aus einem potenziellen Zielland internationaler Tätigkeit begünstigt das Auslandsengagement in diesen Märkten: Ein um ein Prozentpunkt höherer Anteil an ImmigrantInnen erhöht die Wahrscheinlichkeit, in diesem Zielmarkt tätig zu sein, um etwa einen $\frac{1}{4}$ Prozentpunkt. Ist das Zielland hingegen um 1.000 Kilometer weiter entfernt, reduziert das die Häufigkeit, dass Unternehmen Umsätze in diesem Markt erwirtschaften, um 3,7 Prozentpunkte. Ein Zusammenhang zwischen dem verwendeten Sammelindex der kulturellen Distanz zum Zielmarkt und der Auslandsorientierung konnte hingegen nicht gefunden werden. Der Einfluss von Migration und geographischer Nähe auf die Expansionspläne der Unternehmen ist zwar kleiner als auf bereits erfolgte Internationalisierungsschritte, ist aber statistisch immer noch gut abgesichert. Die Kaufkraft im Zielland begünstigt das Bearbeiten dieses Marktes, während der Einfluss der Bevölkerungszahl nicht eindeutig ist. Ein um 10.000 Euro höheres BIP pro Kopf im Zielmarkt erhöht die Wahrscheinlichkeit, in diesem Land tätig zu sein, (je nach Modellspezifikation) um etwa $\frac{1}{2}$ Prozentpunkt.

7.2 Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

In dieser Studie wird untersucht, ob durch das Auslaufen der Übergangsfristen (i) Unternehmen aus den NMS verstärkt Arbeitskräfte zur Leistungserbringung nach Österreich entsenden und ob (ii) österreichische Unternehmen Niederlassungen in den NMS gründen, um dort angestellte MitarbeiterInnen nach Österreich zu entsenden. Während es mehrere Indizien für eine verstärkte Marktausweitung tschechischer, ungarischer und slowakischer Unternehmen nach Österreich gibt, dürfte die Gründung von Niederlassungen im Ausland durch österreichische Betriebe zur Bearbeitung des Heimatmarktes (durch Entsendung von MitarbeiterInnen)

keine Rolle spielen. Beide Schlussfolgerungen werden durch eine große Zahl empirischer Ergebnisse gestützt:

Die Studie zeigt, dass die Unternehmen in den NMS Tschechien, Ungarn und der Slowakei in den nächsten fünf Jahren viel häufiger eine Marktausweitung auf bisher nicht erschlossene Länder planen als Betriebe aus Österreich. In den NMS scheint das Potential für Internationalisierungsschritte in einem deutlich geringeren Umfang bereits ausgeschöpft zu sein, als dies für österreichische Betriebe zu beobachten ist. Die den Übergangsfristen unterliegenden Branchen sind (in allen untersuchten Ländern) seltener internationalisiert als Unternehmen in den anderen Sektoren und verfolgen in Österreich auch signifikant seltener Expansionspläne. In den untersuchten Ländern der NMS geben aber gerade diese Unternehmen häufiger an, in Zukunft ins Ausland expandieren zu wollen. Der Unterschied ist in der CENTROPE-Region der NMS noch stärker ausgeprägt als in den anderen Regionen Tschechiens, Ungarns und der Slowakei. Insbesondere in der Slowakei geben die bis April 2011 beschränkten Unternehmen besonders häufig an, neue ausländische Märkte erschließen zu wollen. Diese überdurchschnittlich häufig geäußerten Expansionspläne konzentrieren sich aber vor allem auf Österreich (und zu einem geringeren Ausmaß auf Deutschland).

Von den 63.000 Unternehmen aus Tschechien, Ungarn und der Slowakei, die eine Marktausweitung nach Österreich planen, entfallen 12.600 auf die Branchen, die bis April 2011 beschränkt sind. Vergleicht man Unterschiede in den Internationalisierungsabsichten zwischen den von den Übergangsfristen betroffenen Branchen mit den nicht beschränkten Sektoren, so zeigt sich, dass für andere Zielländer (im Durchschnitt) keine (statistisch signifikanten) Unterschiede zwischen den Plänen dieser beiden Gruppen bestehen. Die bis April 2011 durch die Übergangsfristen beschränkten Branchen beabsichtigen aber häufiger, in den österreichischen Markt neu einzutreten. Diese Differenz zum Durchschnitt, der für andere Zielmärkte nicht beobachtet wird, kann als zusätzlicher Effekt interpretiert werden, der sich durch das Auslaufen der Übergangsfristen ergibt. Durch das Auslaufen der Übergangsfristen haben daher etwa 3.700 Betriebe zusätzlich die Absicht, auf den österreichischen Markt neu einzutreten. Da der Anteil der Unternehmen, die ihre Pläne realisieren werden, kaum abgeschätzt werden kann, stellen die hier genannten Zahlen jedenfalls die Obergrenze an Betrieben dar, die ihr Marktgebiet nach Österreich ausweiten werden.

In den Daten finden sich hingegen keine Hinweise, dass österreichische Unternehmen in einem ökonomisch relevanten Umfang Pläne verfolgen, über Zweigbetriebe im grenznahen Ausland den Heimmarkt durch die Entsendung von in den Zweigstellen angestellten MitarbeiterInnen zu bedienen. Die Einschätzung, dass von diesem Kanal kein zusätzlicher Wettbewerbsdruck ausgehen wird, wird vor allem dadurch gestützt, dass unter allen Branchen österreichische Unternehmen deutlich seltener konkrete Expansionspläne angeben als Betriebe in den untersuchten NMS. Dies gilt im besonderen Maß für das Bauwesen. Falls Betriebe, die derzeit den Übergangsfristen unterliegen, eine grenzüberschreitende Marktausweitung planen, werden Großteils "alte" EU-Mitgliedstaaten als Zielländer genannt. Kein einziges der über 500 österreichischen Unternehmen der Stichprobe aus jenen Branchen, die bis

April 2011 den Übergangsfristen unterliegen, plant, sein Marktgebiet nach Tschechien, Ungarn oder die Slowakei zu erweitern. Als weiteres Argument kann angeführt werden, dass Unternehmen (sowohl bei bestehenden Niederlassungen oder Kooperationen als auch bei geplanten Expansionsschritten) die Bedienung des Heimatmarktes selten als Motiv für ihre (geplanten) Auslandsaktivitäten angeben. Da strategisches Antwortverhalten der Unternehmen nicht ausgeschlossen werden kann, muss die Auswertung der Motive allerdings vorsichtig interpretiert werden. Zusätzlicher Konkurrenzdruck für österreichische Unternehmen und deren Beschäftigte ist – nach den vorliegenden Daten – über diesen Kanal jedenfalls nicht zu erwarten.

Zusammenfassend wird in den nächsten Jahren mit einem etwas zunehmenden Wettbewerb aus den NMS gerechnet. Obwohl die Zunahme in den von den Übergangsfristen betroffenen Bereichen etwas größer sein wird, sind die Wettbewerbsvorteile von Unternehmen der NMS bei der Entsendung von Arbeitskräften stark eingeschränkt. Im Vergleich zum Transportwesen (siehe Kapitel 5) oder auch bei Gütern und Dienstleistungen, die direkt exportiert werden, können die bestehenden Lohnunterschiede zwischen Österreich und den NMS bei der Entsendung von MitarbeiterInnen kaum ausgenutzt werden, da die Mindest- oder Kollektivvertragslöhne des Ziellandes (wo die Dienstleistung erbracht wird) nicht unterschritten werden dürfen (Richtlinie 96/71/EG, Art. 3).

Bei großen Lohnunterschieden ist der Druck jedoch groß, gesetzliche Maßnahmen zu umgehen. In der Entsenderichtlinie sind keine Maßnahmen für die Nichteinhaltung der Bestimmungen festgehalten. Es wird hierfür – insbesondere für das Bereitstellen effektiver Verfahren zur Durchsetzung der Richtlinie – auf die Mitgliedstaaten verwiesen, geeignete Maßnahmen zu erlassen (Art. 5). Das Problem der Durchsetzung der Bestimmungen wird dadurch verschärft, dass alle an der Dienstleistung beteiligten Parteien von einer Umgehung profitieren können: Die von den entsendenden Unternehmen gezahlten Löhne könnten zwar unter den Kollektivvertragslöhnen, aber immer noch deutlich über den Löhnen des Herkunftslandes liegen, Unternehmen könnten zu niedrigeren Preisen als österreichische Betriebe anbieten und trotzdem noch überdurchschnittliche Gewinne erwirtschaften. Der Anreiz, dass ArbeitnehmerInnen ihre (berechtigten) Lohnansprüche einklagen, ist daher gering.

Zum Zeitpunkt der Fertigstellung der vorliegenden Studie (Februar 2011) befand sich ein Gesetz in Begutachtung, das die Entsenderichtlinie konkretisiert und das Strafausmaß, die Kontrolle und die Durchsetzung der in der Richtlinie festgehaltenen Bestimmung behandelt.³⁴⁾ Insbesondere wird in der Gesetzesvorlage die Möglichkeit einer "Verbandsklage" (Klage der gesetzlichen Interessenvertretungen der ArbeitgeberInnen und ArbeitnehmerInnen) auf "Unterlassung der Unterentlohnung" festgehalten (§ 7n).

³⁴⁾ Bundesgesetz, mit dem das Arbeitsvertragsrechts-Anpassungsgesetz, das Arbeits- und Sozialgerichtsgesetz, das Insolvenz-Entgeltsicherungsgesetz und das Allgemeine Sozialversicherungsgesetz geändert werden (Lohn- und Sozialdumping-Bekämpfungsgesetz, siehe:

http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/ME/ME_00181/fnameorig_192188.html, abgerufen am 15.02.2011).

Die in der Entsenderichtlinie festgehaltenen Bestimmungen zur Entlohnung der zur grenzüberschreitenden Dienstleistungserbringung entsandten MitarbeiterInnen stärken nicht nur die Position der ArbeitnehmerInnen, sondern reduzieren auch den Wettbewerbsdruck für heimische Betriebe, da die (im Vergleich zu den "alten" EU-Mitgliedstaaten) niedrigeren Lohnkosten einen wichtigen Wettbewerbsvorteil für Unternehmen aus den NMS darstellen, der durch die Bestimmungen nicht (oder nur in sehr begrenztem Umfang) ausgenutzt werden kann. Eine effektive Regelung der Durchsetzung gesetzlicher Bestimmungen ist jedenfalls sinnvoll, damit "gesetzestreue" Unternehmen keinen Wettbewerbsnachteil erleiden.³⁵⁾

Trotz dieser Maßnahmen wird durch expandierende Unternehmen aus den untersuchten NMS der Wettbewerb in Österreich – und in überdurchschnittlichem Ausmaß in den von den Übergangsregelungen betroffenen Branchen – etwas zunehmen. Die positiven Aspekte steigenden Wettbewerbs für KonsumentInnen (v.a. sinkende Preise, aber auch Qualitätsverbesserungen) müssen gegen mögliche negative Folgen abgewogen werden: Zunehmende Konkurrenz wird auf österreichische Betriebe verstärkten Wettbewerbs- und für ArbeitnehmerInnen (mittelfristig) größeren Lohndruck ausüben. Dies gilt insbesondere für Bereiche mit geringer Wertschöpfung und wenig ausgeprägter Spezialisierung. In einer gesamtwirtschaftlichen Betrachtung muss auch berücksichtigt werden, dass die bis April 2011 von den Übergangsfristen "geschützten" Branchen (neben dem Bauwesen etwa die Bearbeitung von Natursteinen, die Hauskrankenpflege oder Schutzdienste) nicht jene Wirtschaftsbereiche sind, in denen ein Hochlohnland wie Österreich komparative Vorteile aufweist, oder die sich durch hohe Löhne und große Produktivitätssteigerungen auszeichnen. Durch die verstärkte Konkurrenz werden mittelfristig diese Branchen etwas schrumpfen, wobei das Ausmaß nur schwer quantifiziert werden kann. Selbst (im Bezug auf die Wertschöpfung) sinnvolle Änderungen der Wirtschaftsstruktur sind mit Anpassungskosten wie friktioneller Arbeitslosigkeit und (privaten und gesellschaftlichen) Ausgaben für Umschulungs- und Qualifizierungsmaßnahmen verbunden. Obwohl die Öffnung der Grenzen nach Osteuropa (1989) und die fünfte EU-Erweiterung ("Osterweiterung", 2004) bereits zu einem beträchtlichen Strukturwandel (auch mit entsprechenden Anpassungskosten) geführt hat, waren die Auswirkungen für die österreichische Wirtschaft in Summe deutlich positiv (Breuss, 2010). Die Herausforderung besteht darin, für die dadurch freigesetzten Ressourcen (insbesondere Arbeitskräfte) produktive alternative Verwendungen zu finden.

³⁵⁾ Die Effektivität der in der Gesetzesvorlage festgehaltenen Bestimmungen kann im Rahmen dieser Studie allerdings nicht beurteilt werden.

Literaturverzeichnis

- Blomstermo, A., Sharma, D.D., Sallis J., "Choice of foreign market entry mode in service firms", *International Marketing Review* 23(2), 2006, S. 211-229.
- Breuss, F., "Österreich 15 Jahre EU-Mitglied", *WIFO-Monatsberichte* 83(2), 2010, S. 117-136.
- Brouthers, K.D., Brouthers, L.E., "Why service and manufacturing entry mode choices differ: The influence of transaction cost factors, risk and trust", *Journal of Management Studies* 40(5), 2003, S. 1179-1204.
- Greene, W.H., "Econometric Analysis", 5th Edition, Pearson Education, 2002.
- Hackl, P., "Einführung in die Ökonometrie", Pearson Studium, 2005.
- Hill, C.W.L., Hwang, P., Kim C.W., "An eclectic theory of the choice of international entry mode", *Strategic Management Journal* 11,2, 1990, S. 117-128.
- Hofstede, G. "Culture's Consequences", Sage Publication, 1980.
- Huber, P. "On the Determinants of Cross-border Cooperation of Austrian Firms with Central and Eastern European Partners", *Regional Studies* 37(9), 2003, S. 947-955
- Kogut, B., Singh, H., "The effect of national culture on the choice of entry mode", *Journal of International Business Studies* 19(3), 1988, S. 411-432.
- Kummer, S., Nagl, P., Einbock, M., "Untersuchung der Bedeutung der Ausfluggung von Fahrzeugen und Darstellung der Auswirkungen auf die österreichische Volkswirtschaft", *WKÖ*, Wien, 2006.
- Nowotny, K., Palme, G., "Fokus Ostintegration: Grenzüberschreitende Dienstleistungserbringung in die neuen EU Länder", *WIFO*, Wien, 2008.
- Pennerstorfer, D., "FAMO I: Internationalisierung und Wahl der Markteintrittsform – Bestimmungsgründe und Unterschiede zwischen Unternehmen aus Wien und der Region Bratislava/Tnava", *WIFO*, Wien, 2009.
- Richter, S., Stankovsky, J., "Die neue Rolle Österreichs im Ost-West-Handel", *WIFO*, Wien, 1991.
- Rozmahel, P., Kouba, L., Frank, K., Huber, P., Lados, M., Römisch, R. "CENTROPE Regional Development Report 2010: Returnung to Growth", *WIFO*, Wien, 2010.
- Schramm, H.-J., Kummer, S., Nagl P., "Flags and Crews of Convenience in European Road Transport", *Proceedings of The 22nd Annual NOFOMA Conference*, Dänemark, 2010, S. 115-131.
- Stankovsky, J. (1999), "Österreichs Direktinvestitionen in Osteuropa", *WIFO-Monatsberichte*, 72(2), 1999, S. 113-127
- Statistik Austria, "Standard-Dokumentation Metainformationen (Definitionen, Erläuterungen, Methoden, Qualität) zum Unternehmensregister (UR)", Wien, Bearbeitungsstand 30.09. 2009
- Wolfmayr, Y., "Österreichs Direktinvestitionen in Mittel- und Osteuropa", *WIFO-Monatsberichte* 83(2), 2010, S. 163-177.

Digitale Quellen

http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/ME/ME_00181/fnameorig_192188.html (abgerufen am 15.02.2011).

<http://www.geert-hofstede.com> (abgerufen am 28.02.2011).